

Bachelorarbeit

Instagram

Sponsored Posts vs. Posts mit Produktempfehlungen
im Bereich Mode

Cedric Tanner

Matrikelnummer S15538507

Betreuerin:

Frau Amélie-Charlotte Körner

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law, Winterthur

Studiengang Betriebsökonomie, General Management

Abgabetermin: 24. Mai 2018

Management Summary

Instagram entwickelte sich seit der Gründung zu einer beliebten Anlaufstelle für Modebegeisterte. Dieses Potential haben Modeunternehmen wahrgenommen, indem sie mit Influencern zusammenarbeiten und ihre Marke bzw. ihre Produkte an die Konsumenten bringen. Die Influencer Beiträge auf Instagram können in Bezahlte (mit der Markierung einer «bezahlten Partnerschaft») und Unbezahlte unterschieden werden. Bezahlte Influencer Beiträge werden durch Modeunternehmen gesponsert und gelten als Werbung, wiederum unbezahlte Influencer Beiträge dienen als Produktempfehlungen und werden durch Influencer aus eigener Überzeugung geteilt.

Diese Thesis untersucht die unterschiedlichen Reaktionen von Instagram Usern auf kognitiver, affektiver und konativer Ebene, wenn diese mit einem bezahlten oder einem unbezahlten Influencer Beitrag mit dem Themenbezug Mode in Kontakt treten. Mithilfe der Untersuchung können in einem folgenden Schritt Handlungsempfehlungen an Modeunternehmen abgegeben werden, wie sie Influencer bestmöglich als Werbe- und Kommunikationsmittel nutzen können.

Um die Fragestellungen zu beantworten, wurde in einem ersten Schritt wissenschaftliche Literatur zusammengetragen, um aufbauend eine qualitative Forschung durchzuführen. Mittels leitfadengestützten Interviews wurden zehn Probanden interviewt, um ihre Reaktionen auf bezahlte und unbezahlte Influencer Beiträge festzuhalten. Folgend der Durchführung wurden die Interviews anhand der Inhaltsanalyse nach Mayring in eine strukturierte Form gebracht und die Ergebnisse niedergeschrieben.

Aus der Untersuchung ging hervor, dass die Reaktion auf bezahlte und unbezahlte Influencer Beiträge unterschiedlich ausfällt. Auf der kognitiven Ebene fielen den Probanden mehrheitlich dieselben Aspekte auf. Bei bezahlten Beiträgen wurde zusätzlich die Markierung der «bezahlten Partnerschaft» wahrgenommen. Hinsichtlich der Reaktion auf affektiver und konativer Ebene unterscheiden sich die Beitragsarten signifikant. Bezahlte Influencer Beiträge stiessen bei den Probanden teilweise auf Ablehnung und wurden als nicht authentisch empfunden. Dies hat folgend Auswirkungen auf die konative Ebene und bringt eine unvorteilhafte Verhaltensabsicht mit sich. Diese Ablehnung bezieht sich lediglich auf den Beitrag, wobei eine Ablehnung der beworbenen Marken

nicht festgestellt werden konnte. Unbezahlte Beiträge wurden dagegen als authentisch empfunden und die Probanden waren bereit, die Beiträge zu liken und sich über die Produkte zu informieren.

Abschliessend kann diese Thesis eine Ablehnung gegenüber der Markierung «bezahlter Partnerschaft» sowie eine im Vergleich positivere Reaktion auf unbezahlte Beiträge feststellen. Die Repräsentativität der Arbeit beschränkt sich auf 18 bis 34 Jahre alte Instagram User.

Auf der Grundlage dieser Arbeit ist es für Modeunternehmen empfehlenswert, die Ablehnung gegenüber bezahlten Beiträgen mit gezielten Änderungen in der Beitragsdarstellung zu minimieren. Zusätzlich ist es bei unbezahlten Influencer Beiträgen, welche nicht beeinflusst werden können, von Bedeutung, den Influencern ein Gefühl der Wertschätzung zu vermitteln.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	X
Tabellenverzeichnis	XI
Formelverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVI
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangslage	1
1.2 Forschungsfragen	2
1.3 Relevanz	3
1.4 Struktur der Arbeit	3
1.5 Abgrenzung	4
2 Theoretische Grundlagen	5
2.1 Soziale Medien	5
2.2 Social-Media-Marketing	7
2.2.1 Paid Media	9
2.2.2 Earned Media	9
2.3 Instagram	9
2.3.1 Vorstellung der Plattform	10
2.3.2 Potenzial für Modeunternehmen	12
2.4 Influencer	14
2.4.1 Definition	14
2.4.2 Typen	15
2.4.3 Bezahlte / unbezahlte Beiträge	16
2.4.4 Einfluss von Influencern	18
2.5 Influencer-Marketing in der Modebranche	18
2.6 Konsumentenverhalten	19

2.6.1	Stimulus	20
2.6.2	Organismus	20
2.6.3	Response	21
3	Methodik	23
3.1	Forschungsdesign	23
3.2	Erhebungsinstrument	24
3.3	Erstellung des Interview Leitfadens	24
3.4	Auswahl der Probanden.....	26
3.5	Durchführung	27
4	Auswertung.....	29
4.1	Auswertungsmethode	29
4.2	Kodierleitfaden	29
4.3	Daten pro Kategorie.....	31
5	Ergebnisse.....	32
5.1	Einstieg	32
5.2	Unbezahlte Influencer Beiträge (1) und (4)	34
5.2.1	Kategorien kognitive Ebene	34
5.2.2	Kategorien affektive Ebene	36
5.2.3	Kategorien konative Ebene.....	37
5.3	Bezahlte Influencer Beiträge (2) und (3).....	38
5.3.1	Kategorien kognitive Ebene	38
5.3.2	Kategorien affektive Ebene	39
5.3.3	Kategorien konative Ebene.....	41
5.4	Vergleich bezahlte und unbezahlte Influencer Beiträge.....	41
5.5	Abschluss	43
5.5.1	Kategorien kognitive Ebene	43

5.5.2	Kategorien affektive Ebene	44
5.5.3	Kategorien konative Ebene	45
6	Diskussion der Ergebnisse	47
7	Handlungsempfehlungen	49
7.1	Unbezahlte Influencer Beiträge	49
7.2	Bezahlte Influencer Beiträge	49
7.2.1	Passende Influencer erlesen	49
7.2.2	Kombination des Outfits	50
7.2.3	Hintergrund bedacht wählen	50
7.2.4	Ehrlichkeit/Authentizität	50
7.2.5	Spontanität der Beiträge	51
7.2.6	Offenheit/Transparenz	51
7.2.7	Aussagekräftige Bildbeschreibungen	51
7.2.8	Kleidung im Zentrum des Beitrages	52
7.2.9	Customer Experience begünstigen	52
7.2.10	Brand Awareness	52
7.2.11	Differenzierung der Beiträge von anderen Influencern	53
7.2.12	Kollaborationen mit berühmten Influencern	53
7.2.13	Reaktion auf Beiträge fördern	53
7.2.14	Enge Zusammenarbeit mit Influencern	53
7.2.15	Kleidung	54
8	Schlussbetrachtung	55
8.1	Fazit	55
8.2	Ausblick	56
	Literaturverzeichnis	57
	Anhang	66

Anhang 1: Interviewleitfaden	66
Anhang 2: Unbezahlter Beitrag (1) von @pamela_rf	71
Anhang 3: Bezahler Beitrag (2) von @pamela_rf	72
Anhang 4: Bezahlter Beitrag (3) von @xeniaovertose	73
Anhang 5: Unbezahlter Beitrag (4) von @xeniaovertose	74
Anhang 6: Unbezahlter Beitrag (1) von @magic_fox	75
Anhang 7: Bezahlter Beitrag (2) von @magic_fox	76
Anhang 8: Bezahlter Beitrag (3) von @iamgalla	77
Anhang 9: Unbezahlter Beitrag (4) von @iamgalla	78
Anhang 10: Transkription Interview mit Proband A	79
Anhang 11: Transkription Interview mit Proband B	97
Anhang 12: Transkription Interview mit Proband C	112
Anhang 13: Transkription Interview mit Proband D	127
Anhang 14: Transkription Interview mit Proband E	140
Anhang 15: Transkription Interview mit Proband F	156
Anhang 16: Transkription Interview mit Proband G	171
Anhang 17: Transkription Interview mit Proband H	184
Anhang 18: Transkription Interview mit Proband I	198
Anhang 19: Transkription Interview mit Proband J	215
Anhang 20: Kodierleitfaden	229
Anhang 21: Daten der Kategorie «Grund für die Nutzung von Instagram»	241
Anhang 22: Daten der Kategorie «Instagram Nutzung»	241
Anhang 23: Daten der Kategorie «Like Verhalten»	242
Anhang 24: Daten der Kategorie «Interesse an Mode»	243
Anhang 25: Daten der Kategorie «Modeinspiration»	243
Anhang 26: Daten der Kategorie «Verfolgung von Accounts mit Modebezug»	244

Anhang 27: Daten der Kategorie «Verfolgung von Influencern»	245
Anhang 28: Daten der Kategorie «Grund für die Verfolgung von Influencern»	245
Anhang 29: Daten der Kategorie «Anzahl an verfolgter Influencer»	246
Anhang 30: Daten der Kategorie «Kauf eines Influencer beworbenen Produktes» ..	246
Anhang 31: Daten der Kategorie «Arten von Zusammenarbeit zwischen Modeunternehmen und Influencern»	247
Anhang 32: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»	248
Anhang 33: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»	249
Anhang 34: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»	251
Anhang 35: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»	251
Anhang 36: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»	252
Anhang 37: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Gedanken» ..	253
Anhang 38: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»	255
Anhang 39: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»	256
Anhang 40: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»	256
Anhang 41: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»	257
Anhang 42: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»	259

Anhang 43: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»	260
Anhang 44: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»	261
Anhang 45: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»	262
Anhang 46: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»	263
Anhang 47: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»	265
Anhang 48: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»	267
Anhang 49: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»	267
Anhang 50: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»	268
Anhang 51: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Gedanken»	269
Anhang 52: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»	270
Anhang 53: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»	271
Anhang 54: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»	272
Anhang 55: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»	273
Anhang 56: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»	274
Anhang 57: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»	275

Anhang 58: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»	277
Anhang 59: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»	278
Anhang 60: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Kooperation mit Unternehmen»	279
Anhang 61: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund der Empfindung einer Kooperation»	279
Anhang 62: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Beitrag bei welchem die Marke besser in Szene gesetzt ist»	281
Anhang 63: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund des Empfindens der besseren Markeninszenierung»	282
Anhang 64: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge»	284
Anhang 65: Daten der Kategorie «Grund der Unterscheidung»	284
Anhang 66: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge im Alltag»	285
Anhang 67: Daten der Kategorie «Empfinden gegenüber der Kooperationen»	286
Anhang 68: Daten der Kategorie «Änderung der Einstellung gegenüber einem Produkt bei einer Bezahlung des Influencers»	287
Anhang 69: Daten der Kategorie «Authentizität der beiden Beitragsarten»	288
Anhang 70: Daten der Kategorie «Änderung des Vertrauens in den Influencer»	289
Anhang 71: Daten der Kategorie «Notwendigkeit bei einem Influencer Beitrag» ...	290
Anhang 72: Daten der Kategorie «Tabu bei einem Influencer Beitrag»	291
Anhang 73: Daten der Kategorie «Kaufabsicht durch Influencer»	291
Anhang 74: Daten der Kategorie «Unterschiedliche Kaufabsicht bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträge»	292

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nutzungsklassen und Anwendungsbeispiele der sozialen Medien	6
Abbildung 2: Anzahl aktive Instagram User weltweit	13
Abbildung 3: Stimulus-Organismus-Response-Modell	20
Abbildung 4: Anzahl der Instagram User nach Altersgruppe und Geschlecht weltweit im Januar 2018	27
Abbildung 5: Unbezahlter Beitrag (1) von @pamela_rf ohne Markierung	71
Abbildung 6: Unbezahlter Beitrag (1) von @pamela_rf mit Markierung	71
Abbildung 7: Bezahlter Beitrag (2) von @pamela_rf ohne Markierung	72
Abbildung 8: Bezahlter Beitrag (2) von @pamela_rf mit Markierung	72
Abbildung 9: Bezahlter Beitrag (3) von @xeniaoverdose ohne Markierung	73
Abbildung 10: Bezahlter Beitrag (3) von @xeniaoverdose mit Markierung	73
Abbildung 11: Unbezahlter (4) Beitrag von @xeniaoverdose ohne Markierung	74
Abbildung 12: Unbezahlter Beitrag (4) von @xeniaoverdose mit Markierung	74
Abbildung 13: Unbezahlter Beitrag (1) von @magic_fox ohne Markierung	75
Abbildung 14: Unbezahlter Beitrag (1) von @magic_fox mit Markierung	75
Abbildung 15: Bezahlter Beitrag (2) von @magic_fox ohne Markierung	76
Abbildung 16: Bezahlter Beitrag (2) von @magic_fox mit Markierung	76
Abbildung 17: Bezahlter Beitrag (3) von @iamgalla ohne Markierung	77
Abbildung 18: Bezahlter Beitrag (3) von @iamgalla mit Markierung	77
Abbildung 19: Unbezahlter Beitrag (4) von @iamgalla ohne Markierung	78
Abbildung 20: Unbezahlter Beitrag (4) von @iamgalla mit Markierung	78

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Forschungsdesign der empirischen Untersuchung	23
Tabelle 2: Ausschnitt des Kodierleitfadens zur Veranschaulichung.....	30
Tabelle 3: Ausschnitt Daten pro Kategorie.....	31
Tabelle 4: Kodierleitfaden – Einstieg	229
Tabelle 5: Kodierleitfaden – Unbezahlte Influencer Beiträge (1) und (4).....	231
Tabelle 6: Kodierleitfaden – Bezahlte Influencer Beiträge (2) und (3)	234
Tabelle 7: Kodierleitfaden – Vergleich bezahlte / unbezahlte Influencer Beiträge	237
Tabelle 8: Kodierleitfaden – Abschluss	238
Tabelle 9: Daten der Kategorie «Grund für die Nutzung von Instagram»	241
Tabelle 10: Daten der Kategorie «Instagram Nutzung»	241
Tabelle 11: Daten der Kategorie «Like Verhalten»	242
Tabelle 12: Daten der Kategorie «Interesse an Mode»	243
Tabelle 13: Daten der Kategorie «Modeinspiration»	243
Tabelle 14: Daten der Kategorie «Verfolgung von Accounts mit Modebezug»	244
Tabelle 15: Daten der Kategorie «Verfolgung von Influencern».....	245
Tabelle 16: Daten der Kategorie «Grund für die Verfolgung von Influencern»	245
Tabelle 17: Daten der Kategorie «Anzahl an verfolgter Influencer»	246
Tabelle 18: Daten der Kategorie «Kauf eines Influencer beworbenen Produktes»	246
Tabelle 19: Daten der Kategorie «Arten von Zusammenarbeit zwischen Modeunternehmen und Influencern»	247
Tabelle 20: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»	248
Tabelle 21: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»	249
Tabelle 22: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»	251

Tabelle 23: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»	251
Tabelle 24: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»	252
Tabelle 25: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Gedanken»	253
Tabelle 26: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»	255
Tabelle 27: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»	256
Tabelle 28: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»	256
Tabelle 29: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»	257
Tabelle 30: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»	259
Tabelle 31: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»	260
Tabelle 32: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»	261
Tabelle 33: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»	262
Tabelle 34: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»	263
Tabelle 35: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»	265
Tabelle 36: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»	267
Tabelle 37: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»	267

Tabelle 38: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»	268
Tabelle 39: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Gedanken»	269
Tabelle 40: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»	270
Tabelle 41: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»	271
Tabelle 42: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»	272
Tabelle 43: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»	273
Tabelle 44: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»	274
Tabelle 45: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»	275
Tabelle 46: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»	277
Tabelle 47: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»	278
Tabelle 48: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Kooperation mit Unternehmen»	279
Tabelle 49: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund der Empfindung einer Kooperation»	279
Tabelle 50: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Beitrag bei welchem die Marke besser in Szene gesetzt ist»	281
Tabelle 51: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund des Empfindens der besseren Markeninszenierung»	282
Tabelle 52: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge»	284
Tabelle 53: Daten der Kategorie «Grund der Unterscheidung»	284

Tabelle 54: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge im Alltag»	285
Tabelle 55: Daten der Kategorie «Empfinden gegenüber der Kooperationen»	286
Tabelle 56: Daten der Kategorie «Änderung der Einstellung gegenüber einem Produkt bei einer Bezahlung des Influencers»	287
Tabelle 57: Daten der Kategorie «Authentizität der beiden Beitragsarten»	288
Tabelle 58: Daten der Kategorie «Änderung des Vertrauens in den Influencer»	289
Tabelle 59: Daten der Kategorie «Notwendigkeit bei einem Influencer Beitrag»	290
Tabelle 60: Daten der Kategorie «Tabu bei einem Influencer Beitrag»	291
Tabelle 61: Daten der Kategorie «Kaufabsicht durch Influencer»	291
Tabelle 62: Daten der Kategorie «Unterschiedliche Kaufabsicht bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträge»	292

Formelverzeichnis

Formel 1: Berechnung Interaktionsrate auf Instagram 14

Abkürzungsverzeichnis

eWOM	electronic Word-of-Mouth
iOS	Internetwork Operating System
PR	Public Relations
TV	Television
WOM	Word-of-Mouth

1 Einleitung

Mit der Einleitung in diese Bachelor-Thesis soll die Ausgangslage der Thematik aufgezeigt werden, um in einem nächsten Schritt die Zielsetzung sowie die Forschungsfragen abzuleiten. Darauffolgend wird die Relevanz der Zielerreichung begründet. Die Abgrenzung zum Schluss dient der inhaltlichen Logik dieser Arbeit. Der Leser soll durch die Einleitung erste Einblicke in die Thematik gewinnen.

1.1 Ausgangslage

Instagram ist in der heutigen Modewelt nicht mehr wegzudenken. Mit ihren 800 Millionen Usern zählt Instagram zu den weltweit grössten sozialen Medien (Bindley, 2018; We Are Social, o.J.b). Rund ein Viertel aller Instagram User verfolgen einen Instagram Account, welcher sich mit dem Thema Mode befasst (Instagram Business-Team, 2017). Die User informieren sich innerhalb des Netzwerkes über die neusten und angesagten Modetrends und lassen sich von diesen inspirieren. Demzufolge entwickelte sich Instagram seit der Gründung im Jahr 2010 (Baum, 2015) zu einer beliebten Anlaufstelle für Modebegeisterte auf allen Kontinenten (Instagram Business-Team, 2017).

Seit geraumer Zeit nimmt das Online-Marketing einen zentralen Stellenwert für Unternehmen ein (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 59). Empfänger von werblichen Botschaften können dadurch unabhängig von Zeit und Ort angesprochen werden (Kreutzer, 2018, S. 19). Das Social-Media-Marketing, welches dem Online-Marketing untergeordnet werden kann, hat ebenfalls an Bedeutung zugenommen (Kreutzer, 2018, S. 374). Demzufolge ist es für Unternehmen in der Modebranche von Bedeutung, diesem Trend stets Folge zu leisten, um sich bestmöglich auf dem Markt positionieren zu können. Aufgrund der intensiven Beziehung zwischen Modewelt und Instagram bietet das soziale Medium die notwendigen Voraussetzungen dafür (Instagram Business-Team, 2017).

Diese Bachelor-Thesis befasst sich mit Influencern auf Instagram und deren Verwendungszweck als Werbe- und Kommunikationsmittel für Unternehmen im Bereich Mode. Modeunternehmen setzen vermehrt auf Social-Media-Marketing mittels Influencern, da diese eine hohe Reichweite sowie einen hohen Einfluss aufweisen. Unter Influencern werden Menschen auf sozialen Netzwerken mit einem hohen Einfluss verstanden (Her-

zog, 2017b). Die Instagram-Beiträge der Influencer werden in dieser Thesis in zwei Arten unterschieden: Einerseits in bezahlte bzw. gesponserte Beiträge, andererseits in unbezahlte Beiträge aus eigener Überzeugung, welche als eine Produktempfehlung angesehen werden können. Bei bezahlten Beiträgen gehen Unternehmen und Influencer ein partnerschaftliches Verhältnis ein, bei dem der Influencer gegen Entgelt (oder eine andere Gegenleistung) für ein Produkt auf seinem Instagram Account wirbt (Instagram, o.J.c). Bei unbezahlten Beiträgen erwarten Influencer keine Gegenleistung, sondern werben für ein Produkt aus eigener Überzeugung sowie den damit gemachten Erfahrungen. Letzteres ordnet sich unter Electronic Word-of-Mouth ein (Erkan & Evans, 2016 S. 47).

Unbekannt ist bisher, wie Instagram User die zwei unterschiedlichen Beitragsarten der Influencer wahrnehmen und wie sie auf diese reagieren. Für Modeunternehmen bildet das Wissen über die Reaktion auf die beiden Beitragsarten jedoch eine zentrale Voraussetzung, um erfolgreich mit Influencern zusammenzuarbeiten.

1.2 Forschungsfragen

Ableitend durch die Probleme der aufgezeigten Ausgangslage lassen sich zwei zentrale Forschungsfragen feststellen, welche im Rahmen dieser Bachelor-Thesis beantwortet werden sollen. Die Forschungsfragen lauten wie folgt:

- 1) Welche Reaktion zeigt ein Instagram User auf kognitiver, affektiver und konativer Ebene, wenn dieser in Kontakt mit einem bezahlten oder unbezahlten Beitrag eines Influencers tritt?
- 2) Wie können Modeunternehmen Influencer auf Instagram bestmöglich als Werbe- und Kommunikationsmittel nutzen?

Mithilfe der Forschungsfrage (1) soll in einem ersten Schritt die Wahrnehmung von Instagram Usern auf Influencer Beiträge erforscht werden. Daraus resultierend werden in einem folgenden Schritt Handlungsempfehlungen an Modeunternehmen abgegeben, wie die Zusammenarbeit mit Influencern bestmöglich gestaltet werden kann.

1.3 Relevanz

Modeliebhaber verbringen vermehrt Zeit auf Instagram, um über Neuigkeiten ihrer Lieblingsunternehmen, -designer und -produkte laufend auf dem neusten Stand zu sein. Instagram gab bekannt, dass 45% aller befragten Instagram User in ausgewählten Ländern¹ einem Influencer folgen und diesen als Modeinspiration verwenden (Instagram Business-Team, 2017). Aus diesem Grund ist es für Modeunternehmen von zentraler Bedeutung zu verstehen, welche Reaktionen Instagram User auf die unterschiedlichen Beitragsarten (bezahlt und unbezahlte) der Influencer zeigen, wie sie diese wahrnehmen und welche Absichten sich daraus bilden.

Diese Thesis soll Aufschluss geben, ob und wie unterschiedlich Instagram User bezahlte und unbezahlte Influencer Beiträge wahrnehmen und soll ihre Einstellung dem gegenüber erforschen. Resultierend daraus können den Modeunternehmen aufschlussreiche Handlungsempfehlungen abgegeben werden, damit ihre Zusammenarbeit mit Influencern auf eine wirksame Art gestaltet werden kann.

1.4 Struktur der Arbeit

Nachfolgend der Einleitung werden im ersten Teil dieser Bachelor-Thesis die theoretischen Grundlagen mittels einer wissenschaftlichen Literaturrecherche wiedergegeben. Zentral dafür ist die Beschreibung von sozialen Medien und dem damit verbundenen Social-Media-Marketing, die Beschreibung von Instagram sowie von Influencern und zuletzt das Aufzeigen von Theorien über das Konsumentenverhalten.

Das Kapitel Methodik beschreibt das Vorgehen zur Erhebung der forschungsrelevanten Daten. Die erhobenen Daten werden im einem folgenden Kapitel mittels der Inhaltsanalyse nach Mayring wissenschaftlich ausgewertet. Die Ergebnisse der Forschung werden anschliessend in einem eigenen Kapitel aufgezeigt.

Abschliessend werden die Ergebnisse diskutiert und Handlungsempfehlungen für Modeunternehmen abgegeben. In der Schlussbetrachtung wird ein Fazit gezogen und weitere Ausblicke aufgezeigt.

¹ Grossbritannien, Italien, Frankreich, Spanien und Deutschland

1.5 Abgrenzung

Innerhalb der theoretischen Grundlagen wird das Thema systematisch und laufend eingegrenzt. Im Online-Marketing existieren diverse Instrumente: Corporate Websites, Online-Werbung, Online-PR, Suchmaschinen-Optimierung, E-Mail-Marketing, Social-Media-Marketing und Viral-Marketing (Kreutzer, 2018, S. 113-117). In dieser Bachelor-Thesis wird jedoch nur auf das Instrument des Social-Media-Marketings eingegangen. Innerhalb des Social-Media-Marketings wird lediglich auf das soziale Medium Instagram Bezug genommen.

Auf Instagram können diverse Arten von Beiträgen geteilt werden; Bilder, Videos, *Carousels* und Instagram Stories. Diese verschiedenen Beitragsarten werden in den theoretischen Grundlagen beschrieben. Innerhalb der empirischen Untersuchung wird jedoch nur mit der Beitragsart des Bildes geforscht. Bei den Influencer Beiträgen werden demnach ausschliesslich Beiträge in Bilderform einbezogen, welche sich in einen bezahlten und in einen unbezahlten Beitrag unterscheiden. Bezahlte Influencer Beiträge können in verschiedenen Formen auftreten, wobei nur auf die Form der «bezahlten Partnerschaft» Bezug genommen wird. Bezahlte Beiträge, welche in der Bildbeschreibung als Werbung gekennzeichnet werden, sind nicht Gegenstand dieser Arbeit. Unbezahlte Beiträge werden lediglich auf die Markierung einer Kleidungsmarke eingegrenzt.

Diese Thesis soll das Konsumentenverhalten in Bezug auf Influencer Beiträge von Modelbloggern erforschen, wobei das tatsächliche Verhalten nicht behandelt wird. Die Altersgruppe, welche in die Forschung einbezogen wird, bewegt sich innerhalb von 18 bis 34 Jahren.

2 Theoretische Grundlagen

In folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen der Thesis auf der Basis einer wissenschaftlichen Literatur wiedergegeben. Zum Einstieg werden soziale Medien definiert, um anschliessend das Social-Media-Marketing zu erläutern. Folgend werden die Media-Sharing-Plattform Instagram sowie die Charakterisierung von Influencern ausführlich beschrieben. In einem weiteren Schritt wird auf das Influencer-Marketing in der Modebranche eingegangen und abschliessend die Theorie des Konsumentenverhaltens wiedergegeben.

2.1 Soziale Medien

Unter sozialen Medien werden soziale Netzwerke, Media-Sharing-Plattformen, Messenger-Dienste, Blogs, Online-Foren und Online-Communities verstanden (Kreutzer, 2018, S. 374). Der Austausch sowie die Kommunikation unter Usern wird bei sozialen Medien als zentraler Zweck angesehen (Social Media, o.J.), welcher in Form von Texten, Bildern oder Tönen erfolgen kann (Springer Gabler Verlag, o.J.). Soziale Medien weisen sehr niedrige Eintrittsbarrieren auf (Mielau & Schmiegelow, 2010, S. 107). Jede Person kann sich in wenigen Schritten kostenlos registrieren und Inhalte unkompliziert teilen. Des Weiteren können sich User ortsunabhängig über Unternehmen, Marken und Angebote informieren und austauschen (Kreutzer, 2018, S. 377-379).

Wie der nachfolgenden Grafik entnommen werden kann, werden soziale Medien in drei zentrale Nutzungsklassen unterteilt; Kommunikation, Kooperation und Content-Sharing. Es ist jedoch zu beachten, dass Vermischungen zwischen den Nutzungsklassen vorkommen können und daher eine exakte Abgrenzung nicht möglich ist (Kreutzer, 2018, S. 379-380).

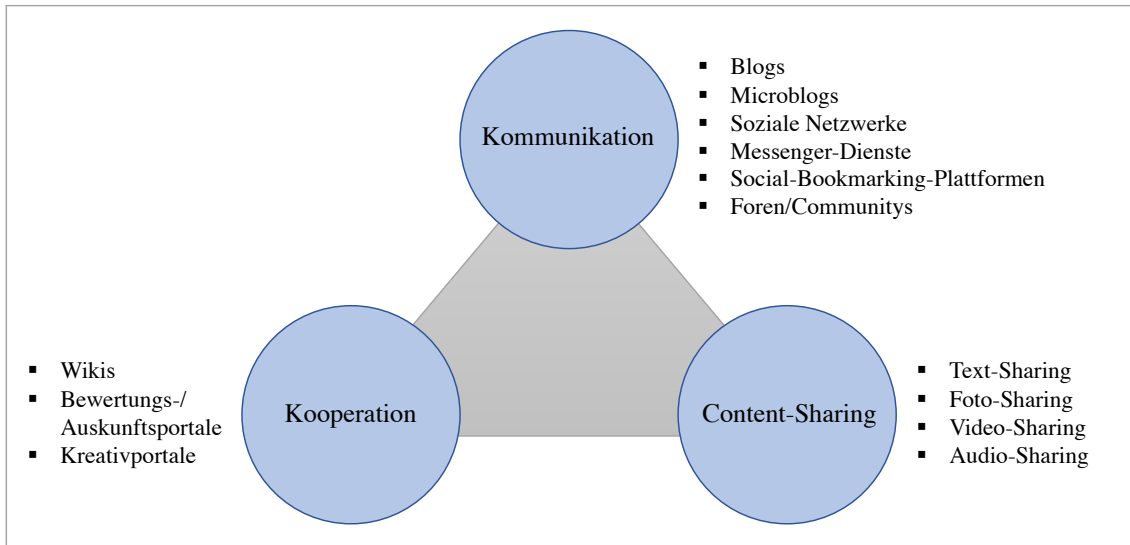


Abbildung 1: Nutzungsklassen und Anwendungsbeispiele der sozialen Medien (in Anlehnung an Kreutzer, 2018, S. 379)

Kommunikation

Die Nutzungsklasse Kommunikation beinhaltet Blogs, Micro-Blogs, berufliche und private soziale Netzwerke, Messenger-Dienste, Social-Bookmarking-Plattformen sowie Foren und Communitys. Dabei steht die Kommunikation unter den Usern im Vordergrund (Kreutzer, 2018, S. 379).

Kooperation

Zu der Nutzungsklasse Kooperation gehören primär Plattformen, auf welchen kooperativ Inhalt generiert bzw. aufgebaut wird. Darunter fallen unter anderem Wikis, Bewertungs- und Auskunftsplattformen sowie Kreativ- und Auskunftsportale (Kreutzer, 2018, S. 379).

Content-Sharing

Content-Sharing (auch Media-Sharing genannt) umfasst das Teilen von Inhalten in Form von Texten, Videos, Fotos oder Audio-Dateien auf Media-Sharing-Plattformen. Zu bekannten Media-Sharing-Plattformen gehören Instagram, Pinterest, Flickr, Vimeo und YouTube (Kreutzer, 2018, S. 379-380).

2.2 Social-Media-Marketing

Innerhalb des Social-Media-Marketings nutzen Unternehmen soziale Medien, um die Erreichung der übergeordneten Marketing-Ziele zu gewährleisten. Dabei verfolgt das Social-Media-Marketing die Aufgabe Inhalte, Produkte und Dienstleistungen in den sozialen Medien bekannt zu machen. Demnach wird versucht mit möglichst vielen potentiellen Kunden in Kontakt zu treten (Weinberg, Pahrman & Ladwig, 2012, S. 8) und einen Dialog aufzubauen (Kreutzer, 2018, S. 383). Infolge der hohen Bedeutung von sozialen Medien im Alltag, stellt dieses Medium eine zentrale Rolle als Kanal für werbliche Botschaften dar (Kreutzer, 2018, S. 380). Gemäss einer Prognose aus dem Jahr 2015 sollen sich die Umsätze mit Social-Media-Werbung in der Schweiz innerhalb von sechs Jahren von 56 Mio. Euro auf rund 116 Mio. Euro verdoppeln (Statista, o.J.).

Um ein erfolgreiches Social-Media-Marketing verzeichnen zu können und die Glaubwürdigkeit von Unternehmen, Marken und Angeboten zu erreichen, sollten die folgenden Ausrichtungen vorausgesetzt werden (Kreutzer, 2018, S. 383-384):

Ehrlichkeit/Authentizität

Ehrlichkeit und Authentizität stellen im Social-Media-Marketing entscheidende Faktoren dar. Unternehmen oder Influencer, welche versuchen die Meinungsbildung beim Konsumenten aus Eigeninteresse zu beeinflussen bzw. zu manipulieren, müssen mit nachhaltigen Imageschäden rechnen. Sowohl unethische Massnahmen als auch die Nichterfüllung von Erwartungen der Kunden können dazu führen, dass sich User gegen ein Unternehmen oder eine Person stellen (Kreutzer, 2018, S. 383).

Offenheit/Transparenz

Offenheit und Transparenz sind weitere wichtige Elemente innerhalb des Social-Media-Marketings und setzen voraus, Kritik von Stakeholdern anzunehmen und offen sowie ehrlich bzw. authentisch darauf zu reagieren. Durch Offenheit und Transparenz kann, kombiniert mit einer regelmässigen Kommunikation, Glaubwürdigkeit erzielt werden (Kreutzer, 2018, S. 383). Dadurch soll negativen und fehlerhaften Informationen präventiv entgegengewirkt werden.

Kommunikation auf Augenhöhe

Eine Kommunikation auf Augenhöhe kann nur gewährleistet werden, wenn innerhalb von Dialogen und Diskussionen respektvoll und wertschätzend mit Usern umgegangen wird. Belehrende, besserwissende und kritisierende Kommunikation kann auf Ablehnung stossen (Kreutzer, 2018, S. 383).

Relevanz

Unterschiedliche Formen der Interaktion, wie bspw. User zur Mitwirkung an Angeboten animieren, dienen dem Aufbau einer langfristigen Beziehung auf der Basis von gegenseitiger Wertschätzung, Loyalität und Vertrauen. Zentral bei der Interaktion ist dabei die Relevanz für Zielgruppen. Überdies kann dadurch ein positiver Effekt auf die Kaufbereitschaft der User erzeugt werden (Kreutzer, 2018, S. 384). Irrelevante Inhalte werden folglich als unnötig empfunden und stossen auf Ablehnung.

Kontinuität/Nachhaltigkeit

Kontinuität und Nachhaltigkeit stellen auf sozialen Medien eine notwendige Voraussetzung für die Kaufbereitschaft dar (Kreutzer, 2018, S. 384). Kontinuität erklärt sich als ein gleichmässiger Fortgang bzw. als eine Beständigkeit (Kontinuität, o.J.). Mittels Kampagnen wie bspw. Mitmach-Aktionen kann das Engagement begleitet bzw. intensiviert werden, wodurch eine Nachhaltigkeit angestrebt wird. Falls zwischen Usern *Word-of-Mouth-Effekte*² (nachfolgend eWOM-Effekte) erzeugt werden, kann mit einer höheren Beteiligungsquote gerechnet werden. Mit eWOM-Effekten und einer hohen Beteiligungsquote verbreiten sich Inhalte schnell auf sozialen Medien und können somit einen sogenannten viralen Effekt hervorrufen. Es ist jedoch von Bedeutung zu wissen, dass man über den viral gehenden Inhalt keine Kontrolle mehr hat (Kreutzer, 2018, S. 384).

Social-Media-Marketing kann in drei Medien-Kategorien unterteilt werden: *Owned Media*, *Paid Media* und *Earned Media*. Nachfolgend werden lediglich die Bereiche *Paid*

² Aufgrund des WOM-Effekts auf internetbasierten sozialen Medien, wird nachfolgend davon ausgegangen, dass es sich dabei um das *Electronic Word-of-Mouth* (nachfolgend eWOM) handelt (Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh & Gremler, 2004; Lis & Korchmar, 2013).

Media und *Earned Media* wiedergegeben. *Owned Media* beinhaltet Online-Aktivitäten, welche durch ein Unternehmen selbst umgesetzt werden (wie bspw. Corporate Websites, E-Kommunikation, Online-Shops und Social-Media-Accounts) und sind daher nicht Gegenstand dieser Arbeit (Hellenkemper, 2017; Kreutzer, 2018, S. 385).

2.2.1 Paid Media

Unter *Paid Media* lassen sich Marketingmassnahmen einordnen, welche in partnerschaftlichen Verhältnissen eingekauft werden. Dazu zählen Marketing Aktivitäten wie bspw. gesponserte bzw. bezahlte Beiträge, Online-Banner und Keyword-Anzeigen (Hellenkemper, 2017; Kreutzer, 2018, S. 385). Überwiegend gilt *Paid Media* als die kostenintensivste Kommunikationsform im Marketing-Mix (Klinser, 2016, S. 168), welche auf die Bekanntmachung der Marke sowie die Gewinnung von Neukunden abzielt (Brito, 2013).

2.2.2 Earned Media

Earned Media beschreibt sowohl positive als auch negative Inhalte, welche sich ein Unternehmen bzw. eine Marke durch ihre Aktivitäten von externen Usern verdient hat (Kreutzer, 2018, S. 385-386). *Earned Media* wird als organisches Resultat durch den Einsatz von Kommunikationsmassnahmen im Internet bezeichnet (Klinser, 2016, S. 170). Es handelt sich dabei um User-Generated Content, folglich Inhalte, welche von Usern generiert und geteilt werden (Kreutzer, 2018, S. 385-386). *Earned Media* bezieht sich auf jegliche Kommunikation um eine Marke oder ein Unternehmen. Darunter zählen Erwähnungen, Markierungen, Empfehlungen oder Bewertungen. Da *Earned Media* als eine Form des eWOMs gilt, fallen für Unternehmen keine Kosten an (Hellenkemper, 2017).

2.3 Instagram

Die Plattform Instagram lässt sich als eine Media-Sharing-Plattform einordnen (Kreutzer, 2018, S. 379; Scholz, 2017, S. 8). Wie in Punkt 2.1 erläutert, können Vermischungen innerhalb der sozialen Medien auftreten. Instagram weist demnach neben der Medi-

a-Sharing-Plattform ebenfalls Eigenschaften eines sozialen Netzwerkes, als auch eines Messenger-Dienstes auf (Kreutzer, 2018, S. 380). In den folgenden Unterkapiteln wird die Plattform mit ihren Beitragsarten, Funktionen und Tools vorgestellt und ihr Potential für Modeunternehmen aufgezeigt.

2.3.1 Vorstellung der Plattform

«Instagram, the hottest iPhone startup right now, isn't complicated or even revolutionary» (Frommer, 2010). Mit diesen Worten wurde Instagram im November 2010 auf der Webseite *Business Insider* vorgestellt, wonach im amerikanischen Silicon Valley Begeisterung um die simple Media-Sharing App ausbrach (Frommer, 2010). Die App wurde durch ihr Konzept mit Retro-Foto-Filtern und quadratischen Bildformaten bekannt (Siegle, 2017).

Instagram wurde im Jahr 2010 im App Store von Apple veröffentlicht (Siegle, 2017). Damals existierte lediglich eine iOS Version für iPhone Nutzer, welche knapp zwei Jahre später mit einer Android Version ergänzt wurde (Woods, 2013). Gegenüber anderen sozialen Medien wie Facebook und Twitter hebt sich Instagram durch ihre «mobile-only» Lösung ab. Es existiert zwar eine Desktop-Version, welche jedoch vernachlässigt werden kann, da sie im Gegensatz zu der Smartphone-App eine beschränkte Bedienbarkeit aufweist (Scholz, 2017, S. 82). Als Instagram nach eigenen Angaben im Jahr 2012 mehr als 30 Mio. User verzeichnen konnte, wurde die Plattform vom Social-Network-Riesen Facebook für eine Milliarde US Dollar aufgekauft (Lindner, 2012; Siegle, 2017). Zurzeit verzeichnet Instagram 800 Millionen aktive Nutzer auf ihrer Plattform (Bindley, 2018).

In den folgenden Abschnitten werden die verschiedenen Beitragsarten, Funktionen und Tools auf Instagram erläutert.

Beitragsarten:

Auf Instagram können unterschiedliche Arten von Beiträgen geteilt werden. Zum einen gibt es das *Foto*, welches in quadratischer Form oder als Querformat geteilt werden kann. Eine weitere Möglichkeit ist das Teilen eines *Videos*, bei welchem im

Vergleich zum Foto akustische und bewegte Elemente hinzukommen (Instagram, 2018). Die Videos müssen mindestens drei und dürfen höchstens 60 Sekunden lang sein (Follmer, 2017). Mit dem sogenannten *Carousel* können bis zu zehn Bilder oder Videos gleichzeitig in einem Beitrag geteilt werden (Facebook, 2018). Durch eine Streichbewegung nach links oder rechts können die verschiedenen Fotos und Videos betrachtet werden. Eine letzte Möglichkeit Inhalte zu teilen, bietet die *Instagram Story* (Instagram, 2018). Mit dieser Beitragsart können Bilder oder Videos geteilt werden, welche jedoch nach Ablauf von 24 Stunden automatisch gelöscht werden (Hoffmann, 2017).

In dieser Bachelor-Thesis wird nur mit einer Beitragsart, dem *Foto* geforscht, da die Reaktion auf *Videos*, *Carousels* und *Stories* abweichend ausfallen kann.

Funktionen:

Neben dem Teilen von Beiträgen bietet die Plattform noch weitere Funktionen. Instagram als Community³ lebt vor allem durch das Kommentieren und *Liken*⁴ von Beiträgen sowie dem Folgen bzw. Abonnieren von Usern oder Unternehmen (Pein, 2014 zit. in Fassmann & Moss, 2016, S. 14). Durch das Abonnieren anderer Instagram User kann mitverfolgt werden, was diese auf Instagram teilen, wodurch man stets auf dem aktuellsten Stand bleibt. Die Beiträge der abonnierten User erscheinen dabei im News-Feed⁵.

Tools:

Beim Teilen eines Fotos können Markierungen vorgenommen werden, mit der User-Accounts (Personen und Unternehmen) auf einem Foto verlinkt werden. Durch das Antippen der Markierung gelangt man direkt auf den Account des Markierten (Instagram, o.J.b; Pein, 2014, S. 402). Im Jahr 2017 führte Instagram ein weiteres Tool ein, um Markeninhalte und Werbung transparent sowie einheitlich zu gestalten. Das *Branded Content Tool* kennzeichnet durch eine Markierung im *Header*⁶ eines Beitrages, mit welchem Unternehmen eine «bezahlte Partnerschaft» entstanden

³ Gruppe von Menschen, welche gemeinsame Interessen pflegen (Community, o.J.)

⁴ Englisches Wort um sein Gefallen auszudrücken

⁵ Startseite von Instagram, auf der man über die neuesten Veränderungen informiert wird (Dschaak, 2017)

⁶ Kopfzeile eines Beitrages

ist (Instagram, o.J.c). Dadurch wird es primär Influencern ermöglicht, Inhalte korrekt zu kennzeichnen und Schleichwerbungen zu vermeiden. Die gesetzlich korrekte Darlegung von Werbeinhalten war bis zur Einführung dieses Tools für Influencer schwierig (Klenner, 2017).

2.3.2 Potenzial für Modeunternehmen

Anhand der folgenden Punkte wird das Potenzial der Media-Sharing-Plattform Instagram für Modeunternehmen innerhalb des Social-Media-Marketings aufgezeigt.

Steigende Anzahl von Smartphone Nutzerinnen und Nutzer:

Immer mehr Menschen verfügen über die nötigen finanziellen Mittel, um ein Smartphone erwerben zu können. Eine im Jahr 2015 publizierte Prognose sagt voraus, dass innerhalb der nachfolgenden fünf Jahre rund 2,87 Mia. Menschen ein Smartphone nutzen werden, was einen Zuwachs von rund 55% bedeutet (internetdo.com, o.J.). Andere Untersuchungen gehen davon aus, dass im Jahr 2023 über 90% der Erwachsenen in Entwicklungsländern ein Smartphone besitzen werden (Deloitte, 2017, S. 7). Aufgrund der primären Nutzung von Instagram als Smartphone App, werden die steigenden Nutzerzahlen von Smartphone Nutzerinnen und Nutzer als grosses Potenzial eingestuft.

Steigende Userzahlen auf Instagram:

Die nachfolgende Grafik zeigt den Verlauf der aktiven Userzahlen von September 2013 bis September 2017. Es ist zu erkennen, dass Instagram in den letzten Jahren einen grossen Userzuwachs verzeichnen konnte (Instagram, o.J.a). Durch das im oberen Absatz erläuterte Wachstum der Smartphone Nutzerinnen und Nutzern wird davon ausgegangen, dass die Anzahl der aktiven Instagram User in den nächsten Jahren noch weiter steigen wird.

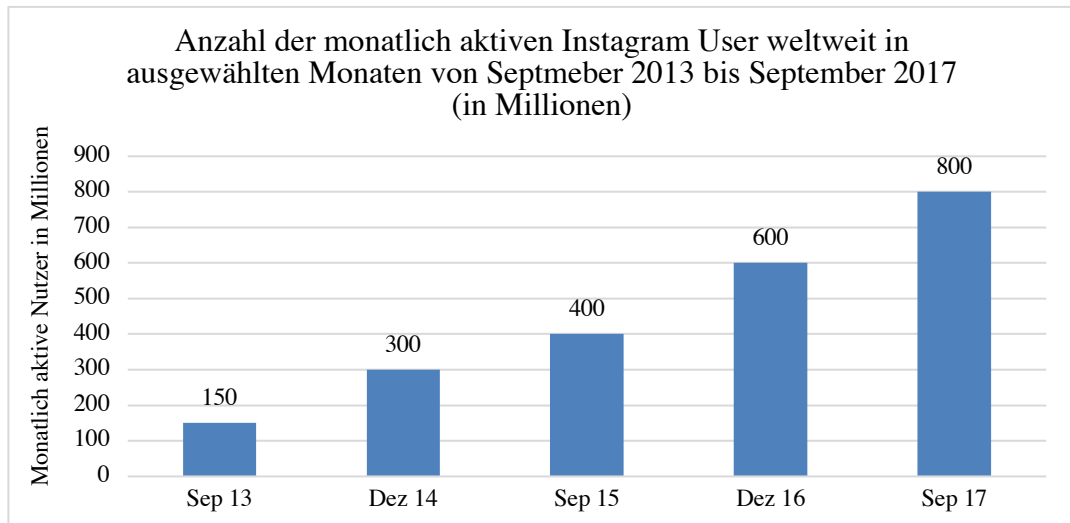


Abbildung 2: Anzahl aktive Instagram User weltweit (in Anlehnung an Instagram, o.J.a)

Hohe Anzahl an Modeinteressierten:

Auf Instagram erkundigen sich viele User über die neusten Modetrends von den Laufstegen der Welt. Rund ein Viertel der 800 Mio. User folgen Accounts, welche sich mit dem Thema Mode befassen (Instagram Business-Team, 2017). Aufgrund dessen wird das Potential der Plattform für Modeunternehmen erneut bestätigt.

Interaktionsrate:

Verglichen mit den sozialen Plattformen Twitter und Facebook übersteigt die Interaktionsrate von Instagram jene ihrer Konkurrenten um ein Vielfaches. Während Twitter und Facebook eine Interaktionsrate von unter 1% aufweisen, kommt Instagram auf ein Ergebnis von 4,8% (JUNGMUT, 2015). Die Interaktionsrate wird in Prozent angegeben und zeigt, wie User mittels *Likes* oder Kommentaren mit einem Beitrag interagieren (Kamps & Schetter, 2018, S. 144). Die hohe Interaktionsrate auf Instagram begünstigt den Einsatz der Plattform für Modeunternehmen, da dadurch die Reaktion auf Beiträge höher ausfallen kann, als auf anderen Plattformen.

Die Formel zur Berechnung der Interaktionsrate auf Instagram erklärt sich wie folgt:

Formel 1: Berechnung Interaktionsrate auf Instagram (Kamps & Schetter, 2018, S. 144)

$$\text{Interaktionsrate} = \frac{(\text{Likes} + \text{Kommentare})}{\text{Anzahl Follower}} * 100$$

Bild ersetzt Text:

Das sogenannte Content-Marketing hat in den letzten Jahren vermehrt an Bedeutung gewonnen (Wassmer, 2017). Mit dieser Art des Marketings will man mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten einen positiven Eindruck bei der Zielgruppe hinterlassen. Bei solchen Inhalten kann es sich um Texte, Bilder, Videos, Podcasts oder Grafiken handeln. Dabei wird das Ziel verfolgt, potentielle Kunden vom Unternehmen bzw. vom Leistungsangebot zu überzeugen sowie die Loyalität von bestehenden Kunden zu intensivieren (Eugster, 2015, S. 135-136). Das Content-Marketing kann auf sozialen Medien einen viralen Effekt erzeugen, wobei die Interaktion einen hohen Stellenwert einnimmt (Eugster, 2015, S. 135; Wassmer, 2017). Im Jahr 2015 publizierte das Wirtschaftsmagazin *Inc.* einen Blogeintrag in dem es aufzeigte, dass Beiträge mit Bildern eine 650% höhere Interaktion aufweisen, als Beiträge welche nur auf Text basieren (Kim, 2015).

2.4 Influencer

Die folgenden Unterkapitel dienen zur Beschreibung des Influencers. Dabei wird der Begriff per Definition erläutert, die verschiedenen Typen werden behandelt und mögliche Beitragsarten werden beschrieben. Zum Schluss wird der mögliche Einfluss von Influencern auf Instagram User wiedergegeben.

2.4.1 Definition

Der Begriff Influencer kommt aus der englischen Sprache und wird vom Wort «influence» abgeleitet. Die deutsche Übersetzung von «influence» lautet beeinflussen – somit kann der Begriff Influencer in der deutschen Sprache mit «Beeinflusser» gleichgestellt werden.

Unter Influencern werden folglich Personen verstanden, welche eine reichweitenstarke Community aufweisen und innerhalb dieser als Experten oder Vorbilder anerkannt werden. Es ist jedoch zu beachten, dass es sich bei Influencern nicht immer um Experten handelt. Die Onlinepräsenz stellt für Manche eine Art Hobby dar bzw. eine Art sich kreativ auszudrücken und mit Gleichgesinnten zu kommunizieren oder zu interagieren. Aufgrund der dadurch resultierenden Authentizität sind Influencer interessant für das Marketing (Herzog, 2017a). Zu Influencern können Personen des öffentlichen Lebens (Celebrities), Branchenexperten (Journalisten, Akademiker, Professionelle Berater), Blogger sowie Micro Influencer gezählt werden (Influencer Marketing Hub, o.J.).

2.4.2 Typen

Influencer können in die drei Untergruppen Key Influencer, Social Influencer und Peer Influencer unterteilt werden. Diese werden nun folgend beschrieben.

Key Influencer:

Key Influencer genießen ein hohes Ansehen bei ihren *Followern*⁷ (Herzog, 2017b) und gelten innerhalb ihrer Community als Experten sowie Vorbilder (Tamblé, 2015). Bei dieser Art von Influencern handelt es sich meist um Blogger, Journalisten oder Markenbotschafter. Auf Blogs, Online Magazinen oder Social Media Accounts teilen sie Inhalte mit ihren *Followern* (Herzog, 2017b). Des Weiteren weisen sie eine hohe Reichweite sowie eine hohe Anzahl an *Followern* auf und erreichen somit grosse Massen innerhalb einer Zielgruppe (Herzog, 2017b).

Social Influencer:

Zu Social Influencern gehören Kunden, welche Meinungen und Empfehlungen mittels Kommentaren oder Social Media Beiträgen mit Anderen teilen (Herzog, 2017b). Hierbei wird auf unterschiedliche Themen, Unternehmen, Marken und Produkte Einfluss genommen. Social Influencer können positive als auch negative Wirkungen bei anderen Kunden hervorrufen (Tamblé, 2015).

⁷ Beschreibt User, welche eine Person abonnieren und regelmässig Nachrichten empfangen (siehe Punkt 2.3.1 im Absatz *Funktionen*)

Peer Influencer:

Als Peer Influencer bezeichnet man Personen, welche bei einer Zielgruppe als Vertrauensperson wahrgenommen werden und in Verbindung mit einem Unternehmen stehen (Tamblé, 2015). Demzufolge fallen Mitarbeitende und Geschäftspartner in diese Influencer Kategorie, da sie ihr Expertenwissen und ihre Erfahrungen mit Kunden teilen können und innerhalb ihrer Zielgruppe grosses Ansehen geniessen. Des Weiteren ist es ihnen durch die genannten Gründe möglich, Einfluss auf Kaufentscheidungen auszuüben (Herzog, 2017b).

2.4.3 Bezahlte / unbezahlte Beiträge

In dieser Thesis werden Beiträge von Influencern in bezahlt und unbezahlt unterschieden. Markierungen von andern Usern oder Unternehmen sind dennoch auf beiden Beitragsarten möglich (siehe Punkt 2.3.1 Absatz *Tools*). Folgend werden die zwei unterschiedlichen Arten beschrieben.

Bezahlter Influencer Beitrag:

Bezahlte Beiträge von Influencern werden mit dem Punkt 2.2.1 *Paid Media* in Verbindung gebracht. Unternehmen bezahlen Influencer, damit diese Beiträge in Form von Werbung für das Unternehmen auf Instagram mit ihrer Community teilen. Solche Partnerschaften werden auf Instagram im *Header* des Beitrages mittels dem *Branded Content Tool* (siehe Punkt 2.3.1 Absatz *Tools*) durch «Bezahlte Partnerschaft mit [Geschäftspartner]» gekennzeichnet (Instagram, o.J.c). Eine weitere Art wie Influencer ihre Beiträge als Werbung kennzeichnen, ist mithilfe von *Hashtags*^s wie bspw. *#Anzeige* oder *#Werbung* (Instagram, o.J.d; Huber, 2017).

Innerhalb der Untersuchung wird lediglich mit der Markierung der «bezahlten Partnerschaft» geforscht und nicht mit den *Hashtag*-Markierungen.

^s Verlinkung in der Bildunterschrift, um auf Seiten mit Beiträgen zu gelangen, bei welchen derselbe *Hashtag* genutzt wurde (Instagram, o.J.d; Instagram, o.J.e)

Unbezahlter Influencer Beitrag:

Zu unbezahlten Beiträgen zählen alle Beiträge, welche nicht auf der Basis einer Kooperation mit einem Unternehmen entstanden sind, bei welchen jedoch eine Marke oder ein Unternehmen erwähnt bzw. markiert ist (Hellenkemper, 2017). Diese Art von Beiträgen wird mit dem Punkt 2.2.2 *Earned Media* in Verbindung gebracht. Influencer teilen auf Instagram Beiträge, auf welchen sie Produkte präsentieren, von denen sie überzeugt sind. Durch solche Beiträge geben sie eine persönliche Produktempfehlung ab und inspirieren damit ihre *Follower*. Somit kann diese Art von Beiträgen mit dem eWOM-Effekt in Verbindung gebracht werden.

Bei der Unterscheidung dieser zwei Beitragsarten wird die Annahme getroffen, dass sich Influencer offen sowie transparent verhalten und Partnerschaften mit Unternehmen als solche kennzeichnen (siehe Punkt 2.2 Absatz *Offenheit/Transparenz*). Des Weiteren ist es in der Schweiz (sowie in Deutschland) rechtlich vorgeschrieben, Werbungen kennzeichnen zu müssen. Gemäss Art. 2 UWG aus dem Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb unterliegen Influencer dem Transparenzgebot und dürfen ihr Publikum nicht täuschen (Steiger, 2017):

«Unlauter und widerrechtlich ist jedes täuschende oder in anderer Weise gegen den Grundsatz von Treu und Glauben verstossende Verhalten oder Geschäftsgebaren, welches das Verhältnis zwischen Mitbewerbern oder zwischen Anbietern und Abnehmern beeinflusst.» (Bundesrat, 1986)

Die Kennzeichnungspflicht gilt nach diesem Artikel sowohl für Influencer als auch für andere Personen, welche auf sozialen Medien für Produkte und Dienstleistungen gegen Entgelt werben. Ähnliche Bestimmungen enthalten die Grundsätze «Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation» (Grundsatz 3.12) welche besagen, dass Werbungen erkennbar gekennzeichnet werden müssen (Schweizerische Lauterkeitskommission, 2008, S. 16; Steiger, 2017). Influencer, welche gegen das geltende Recht verstossen, müssen jedoch nicht mit Sanktionen rechnen, weil die Lauterkeitskommission eine Institution der Selbstkontrolle ist und eine Klage aufgrund des unlauteren Wettbewerbs unwahrscheinlich ist. Da aber der Punkt Ehrlichkeit/Authentizität für den Erfolg von Social-Media-Marketing eine zentrale Rolle spielt (siehe Punkt 2.2), wird davon ausge-

gangen, dass Influencer der Kennzeichnung von Werbung nachkommen, um ihre Glaubwürdigkeit zu bewahren (Steiger, 2017).

Mit diesen Annahmen kann zusammenfassend davon ausgegangen werden, dass ohne Kennzeichnung von Werbeinhalten auch keine Bezahlung bzw. keine Gegenleistung durch ein Unternehmen erfolgt.

2.4.4 Einfluss von Influencern

Eine Umfrage zum Einfluss von Influencern auf die Kaufentscheidungen von Internetnutzern zeigt, dass ein grosser Teil der 14 bis 29 Jahre alten Testpersonen in den letzten 12 Monaten schon einmal etwas gekauft haben, weil ein Blogger, ein YouTuber oder eine andere prominente Person dafür geworben hat. Bei den 14 bis 19-Jährigen macht es die Hälfte aller Testpersonen aus und bei den 20 bis 29-Jährigen einen Drittel (Faktenkontor, o.J.). Vor allem bei jungen, internet-affinen Personen kann ein stark ausgeprägtes Empfangen von Influencer Werbung nachgewiesen werden (Heintze, 2017). Zudem können Influencer bei ihrer Community einen hohen Einfluss auf die Akzeptanz von neuen Trends ausüben (Nirschl & Steinberg, 2018, S. 12).

2.5 Influencer-Marketing in der Modebranche

Influencer-Marketing definiert die Nutzung von den in Kapitel 2.4 beschriebenen Influencern für Marketingaktivitäten. Zentral dabei ist die Zusammenarbeit mit Influencern, welche aufgrund deren Communities relevante Zielgruppen ansprechen können (Jahnke, 2018, S. 4).

Bereits im Jahr 2016 gehörten Influencer bei 57% der Unternehmen im Mode- und Beautysektor zu deren Marketing Strategie (Tesseract, 2016). Influencer auf Instagram sind in der heutigen Modebranche unabdingbar, zumal sie sich zu einer beliebten Anlaufstelle für Modebegeisterte auf der ganzen Welt entwickelt haben. User haben das Bedürfnis, sich laufend auf dem neusten Stand bezüglich Mode zu halten, weshalb 45% aller Instagram User einer Modemarke oder einem Influencer auf Instagram folgen (Instagram Business-Team, 2017).

2.6 Konsumentenverhalten

Der *Behaviorismus* zieht zur Erklärung des Verhaltens lediglich beobachtbare Grössen wie Reize und Reaktionen heran. Das *behavioristische Forschungsparadigma*, welches als Stimulus-Response- (SR-) Modell bezeichnet wird, besagt, dass wenn ein Reiz (S) auf einen Organismus trifft, eine bestimmte Reaktion (R) ausgelöst wird. Dabei werden die inneren psychologischen Vorgänge innerhalb eines Organismus nicht behandelt. Aus diesem Grund wird zur Erklärung des Konsumentenverhaltens der verhaltenswissenschaftliche Ansatz des *Neobehaviorismus* beigezogen. Im Gegensatz zum *Behaviorismus*, welcher lediglich beobachtbare Grössen als Grundlage zur Erklärung des Verhaltens heranzieht, gibt der *Neobehaviorismus* die Black-Box Betrachtung des Organismus auf und erklärt auch nicht-beobachtbare interne Vorgänge des Verhaltens (Foscht, Swobda & Schramm-Klein, 2017, S. 23). In Folge dessen wird das Stimulus-Organismus-Response-Modell (nachfolgend SOR-Modell) von Robert S. Woodworth beigezogen, welches einen zentralen Aspekt der Forschungsfrage (1) beinhaltet (Woodworth, 1929). Bereits im Jahr 2002 beschrieb Jacob Jacoby im *Journal of Consumer Psychology* das Modell als «ein evolutionärer Schritt in der Modellierung des (Konsumenten-)Verhaltens» (Jacoby, 2002, S. 51). Das Modell wird im Marketing zur Erklärung der (Kauf-)Entscheidungen von Kunden verwendet (Lucco, Rüeger, Ergenzinger & Thommen, 2015, S. 40) und teilt sich in drei Bereiche auf; Stimulus, Organismus und Response. Dabei wird der Stimulus als Input, der Organismus als *Black Box*^o und der Response als Output betrachtet (Foscht et al., 2017, S. 28; Pispers & Dabrowski, 2011, S. 51). Die nachstehende Abbildung 3 veranschaulicht das beschriebene SOR-Modell. Die einzelnen Bereiche des Modells werden in den nachfolgenden Punkten 2.6.1 bis 2.6.3 erläutert.

^o Teil eines Systems, dessen innerer Aufbau sowie Ablauf nur auf Beobachtungen erschlossen werden kann (Black Box, o.J.)

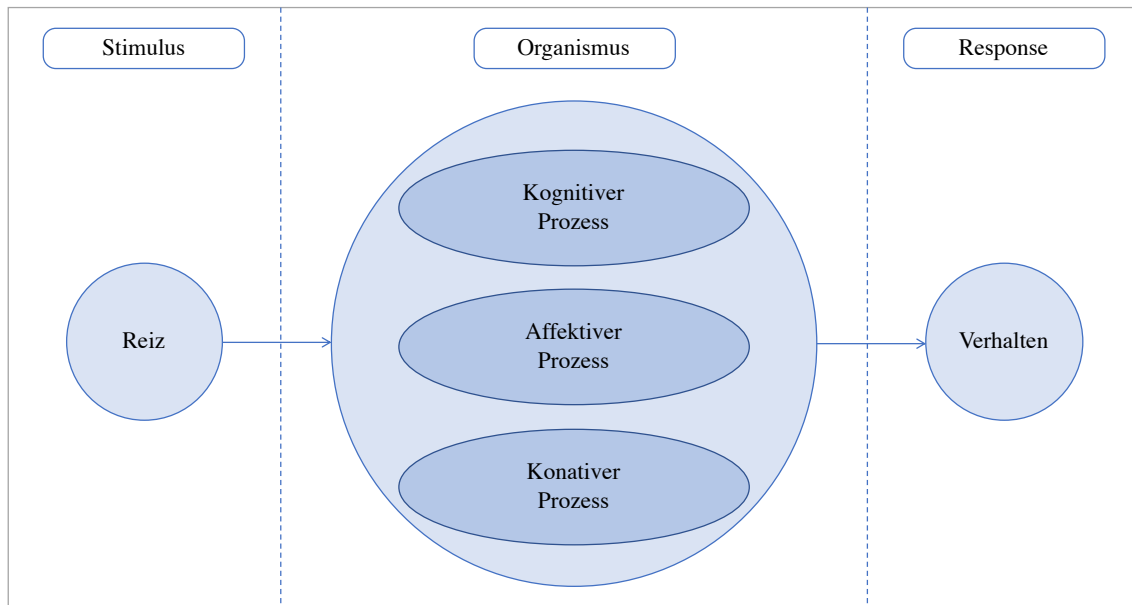


Abbildung 3: Stimulus-Organismus-Response-Modell (in Anlehnung an Lucco et al., 2015, S. 41; Woodworth, 1929)

2.6.1 Stimulus

Ein Stimulus wird im SOR-Modell als psychologischer Reiz angesehen, welcher eine Reaktion (R) auslöst (Foscht et al., 2017, S. 29; Stimulus, o.J.). Ein solcher Reiz kann visuell (Bild), olfaktorisch (Geruch), auditiv (Sprache, Ton), taktil (Druck, Schmerz, Kälte, Wärme) oder auch geschmacklich erfolgen und ist beobachtbar (Foscht et al., 2017, S. 29; Lucco et al., 2015, S. 41).

In dieser Arbeit wird der Stimulus in Form eines Instagram Beitrages gegeben, welcher von einem Influencer auf Instagram geteilt wird. Der Stimulus trifft in einem weiteren Schritt auf einen Organismus, welcher im folgenden Punkt beschrieben wird (Foscht et al., 2017, S. 28).

2.6.2 Organismus

Der Organismus erklärt im SOR-Modell wie die Sinneswahrnehmung beim Konsumenten neuronal verarbeitet wird und anschliessend zum Verhalten (Response) führt (Lucco et al., 2015, S. 40). Dabei wird der Organismus als eine *Black Box* betrachtet, was bedeutet, dass das Phänomen der psychischen Wahrnehmung individuell und nicht sichtbar stattfindet (Bruhn, 2014, S. 24; Sieling, 2011, S. 22). Demnach bestimmen Prozesse

innerhalb des Organismus, wie ein Stimulus wirkt (Bruhn, 2014, S. 25). Die Drei-Komponenten-Theorie geht davon aus, dass die Prozessarten *kognitiv*, *affektiv* und *konativ* Bestandteil eines Organismus sind. Des Weiteren besagt die Theorie, dass die Prozesse aufeinander abgestimmt sind und eine Konsistenz von Denken, Fühlen und Handeln angestrebt wird. Demnach kann eine Veränderung der kognitiven oder affektiven Haltung gegenüber einem Gegenstand eine Änderung des Verhaltens mit sich bringen (Kroeber-Riel & Gröppel-Klein, 2013, S. 242). Die drei Prozessarten werden nun nachfolgend beschrieben.

Kognitiver Prozess:

Der erste Schritt innerhalb des Organismus ist die bewusste oder unbewusste Wahrnehmung eines Stimulus im Hirn. Dieser wird als Information registriert und gespeichert (Lucco et al., 2015, S. 41). Bei der Informationsverarbeitung treten weitere Wirkungen wie Erkennen, Lernen, Vergleichen, Problemlösen, Entscheiden und Planen auf (Bruhn, 2014, S. 25; Lucco et al., 2015, S. 40; Runia, Wahl, Geyer & Thewissen 2015, S. 24).

Affektiver Prozess:

In einem nächsten Schritt wird durch den Einfluss des Stimulus eine Gefühlslage oder eine Einstellung zum umworbenen Objekt gebildet (Bruhn, 2014, S. 25). Dabei können Emotionen mit der Information des Stimulus verknüpft werden, was zu Wirkungen wie Aktivierung und Motivation führen kann (Lucco et al., 2015, S. 40).

Konativer Prozess:

In einem letzten Schritt bildet sich die mit der Einstellung verbundene Handlungstendenz bzw. Verhaltensabsicht (Lucco et al., 2015, S. 40; Runia et al., 2015, S. 28). Konativ bedeutet, nach etwas zu streben bzw. zu etwas angetrieben zu werden (Konativ, o.J.).

2.6.3 Response

Der Bereich Response beschreibt das tatsächliche Verhalten eines Kunden und ist wie der Stimulus beobachtbar (Foscht et al., 2017, S. 29). Das Ergebnis kann ebenfalls als

Beschaffungsaktivität oder Kaufentscheidung bezeichnet werden (Arnold, 1997, S. 31 zit. in Foscht et al., 2017, S. 305).

Aufgrund der Vollständigkeit des Modells wurde der Bereich Response ebenfalls beschrieben, obschon er nicht Gegenstand dieser Arbeit ist.

3 Methodik

In der wissenschaftlichen Literatur bestehen bisher noch keine Erkenntnisse zur Wahrnehmung und Reaktion von Instagram Usern auf Influencer Beiträge im Bereich Mode. Mittels qualitativen Interviews soll diese Thematik untersucht werden, um in einem weiteren Schritt Handlungsempfehlungen für Modeunternehmen abgeben zu können.

Im nachfolgenden Kapitel wird das methodische Vorgehen zur Erhebung der relevanten Daten aufgezeigt. Demnach wird das verwendete Forschungsdesign, das Erhebungsinstrument, die Erstellung des Interview Leitfadens, die Auswahl der Probanden sowie die Durchführung erläutert, um die Forschungsfrage (1) empirisch untersuchen zu können.

3.1 Forschungsdesign

In der untenstehenden Tabelle wird das Forschungsdesign der durchgeführten Untersuchung chronologisch dargestellt, wobei die Tabelle 1 der inhaltlichen Übersicht dienen soll. In den nachfolgenden Kapiteln werden die einzelnen Punkte detailliert beschrieben. Die Auswertungsmethode wird separat im Kapitel 4 dargelegt.

Tabelle 1: Forschungsdesign der empirischen Untersuchung (eigene Darstellung)

Forschungsgegenstand: Wahrnehmung von Instagram User auf Influencer Beiträge
Erhebungsinstrument: Qualitative Leitfadeninterviews
Erstellung des Interview Leitfadens: Gestützt auf den theoretischen Grundlagen
Auswahl der Probanden: Zufällig, Instagram User zwischen 18 und 24 Jahren
Durchführung: Persönlich, 31. März 2018 bis 23. April 2018
Auswertungsmethode: Inhaltsanalyse nach Mayring

3.2 Erhebungsinstrument

Infolge der Untersuchung der Reaktion und Wahrnehmung von Instagram Usern auf Influencer Beiträge sollen die kognitiven, affektiven und konativen Prozesse eines Users festgehalten werden. Da in dieser Thesis nicht das tatsächliche Verhalten erforscht wird, ist eine Untersuchung in Form einer qualitativen Befragung gerechtfertigt (Ackermann, 2018, S. 12).

Nach Mayer (2013, S. 37) werden in der qualitativen Forschung verbale Daten mittels Erzählungen oder Leitfadeninterviews erhoben. Mit einem leitfadengestützten Interview wurden die Probanden angeregt, ihre persönliche Wahrnehmung sowie ihre Emotionen wiederzugeben. Der Leitfaden wurde mehrheitlich mit offenen Fragen formuliert, damit die befragten Probanden frei antworten konnten und nicht voreingenommen waren. Des Weiteren diente der Leitfaden sowohl zur Gewinnung strukturierter Daten als auch zur Orientierung für den Interviewer (Mayer, 2013, S. 37). Die Interviews wurden auf persönlicher Basis (face-to-face) durchgeführt, um eine Situation des Vertrauens sowie des Wohlbefindens zu schaffen und realitätsnahe Antworten zu erhalten. Der Interview Leitfaden kann im Anhang 1 eingesehen werden.

3.3 Erstellung des Interview Leitfadens

In den folgenden Unterpunkten wird beschrieben, auf welcher Basis der Interviewleitfaden erstellt wurde.

Auswahl der Fragen

Die Auswahl der Fragen erfolgte basierend auf den Forschungsfragen (1) und (2) sowie den theoretischen Grundlagen. Um die Reaktionen und Wahrnehmungen zu untersuchen, wurde das SOR-Modell (siehe Punkt 2.6) als Grundlage für die Erstellung des Leitfadens beigezogen. Basierend auf den drei Prozessarten *kognitiv*, *affektiv* und *konativ* wurden Fragen in Bezug auf reale Influencer Beiträge auf Instagram formuliert (die Auswahl der Beiträge wird in einem folgenden Punkt erläutert). Mit vergleichenden Fragen wurden die zwei Beitragsarten (bezahlt und unbezahlt) miteinander verglichen. Es wurden abschliessend Fragen bezüglich Eigen-

schaften formuliert, welche Instagram User bei Influencer Beiträgen bevorzugen, um Handlungsempfehlungen für Modeunternehmen abgeben zu können.

Art der Fragen

Die Art der Fragen wurden nach dem qualitativen Ansatz offen formuliert, um möglichst unvoreingenommene und spontane Antworten zu erhalten (Mayer, 2013, S. 37). Vereinzelt wurden auch geschlossene Fragen gestellt, welche mit Ja oder Nein beantwortet werden konnten und dienten der inhaltlichen Vollständigkeit.

Auswahl der Beiträge

Die Auswahl der Beiträge für das Interview erfolgte bewusst. Zu Beginn wurde eine Unterscheidung zwischen weiblichen und männlichen Influencer Beiträgen vorgenommen, um bei den Interviews sowohl weibliche als auch männliche Probanden befragen zu können. Es wurde davon ausgegangen, dass die Probanden sich für Beiträge (bzgl. Mode) des ihnen entsprechenden Geschlechts interessieren. Demnach wurde auf zwei weibliche und zwei männliche Influencer fokussiert. Pro Influencer wurden folgend je zwei Beiträge gewählt, welche sich gemäss Punkt 2.4.3 in einen bezahlten (Nummer 2 und 3) und in einen unbezahlten (Nummer 1 und 4) Beitrag unterscheiden. Bei den bezahlten Beiträgen wurden lediglich jene mit einer im *Header* markierten «bezahlten Partnerschaft» verwendet (siehe Punkt 2.3.1 Absatz *Tools*). Es wurde zudem darauf geachtet, dass auf den Influencer Beiträgen die Kleidung im Mittelpunkt des Bildes steht sowie dass bei allen Beiträgen die Marke der Kleidung markiert ist. Die ausgewählten Beiträge können dem Anhang 2 bis 9 entnommen werden.

Aufbau des Leitfadens

Zu Beginn des Leitfadens wurden Fragen zur Erhebung von persönlichen Merkmalen der interviewten Personen formuliert. Folgend wurden allgemeine Fragen zur Nutzung von Instagram, zu Mode sowie zu Influencern gestellt. In einem nächsten Schritt folgte das Untersuchen der Reaktion und Wahrnehmung auf Influencer Beiträge anhand des SOR-Modells. Den Probanden wurde zuerst ein unbezahlter Influencer Beitrag (1) gezeigt und folgend Fragen dazu gestellt. Danach folgte ein bezahlter Beitrag (2) vom gleichen Influencer und es wurden noch einmal dieselben

Fragen behandelt. In einem weiteren Schritt wurden die zwei gezeigten Beiträge miteinander verglichen. Das selbe Vorgehen wurde dann mit einem weiteren Influencer wiederholt. Die Reihenfolge der bezahlten (3) und unbezahlten (4) Beiträge wurde jedoch bewusst vertauscht, damit keine Muster während den Interviews entstehen. Die Beiträge des zweiten Influencers wurden folglich auch miteinander verglichen. Zum Schluss der Interviews wurden die Probanden bezüglich der zwei unterschiedlichen Beitragsarten aufgeklärt und ihr Empfinden gegenüber den Unterschieden wurde abgefragt. Des Weiteren wurden Eigenschaften abgefragt, welche die Probanden als wichtig empfinden, um sich durch einen Influencer Beitrag angesprochen zu fühlen.

Pretest

Nach Mayer (2013, S. 45) ist es wichtig, den Leitfaden vor Beginn der Untersuchung mithilfe eines Pretests auf seine Wirksamkeit zu prüfen. Daher wurde der Interview Leitfaden am 19. März 2018 in einem Probeinterview getestet (Mayer, 2013, S. 45). Es wurde festgestellt, dass die Fragen für einen Instagram User zu kompliziert und nicht fassbar formuliert wurden. Aufgrund dessen wurde der Leitfaden überarbeitet und auf eine gute Verständlichkeit für Nichtkundige ausgerichtet. Ausserdem wurden die Fragen neu gegliedert, um eine logische Struktur in das Interview zu bringen. Neben den kompliziert formulierten Fragen wurde festgestellt, dass die Influencer Beiträge nicht passend ausgewählt wurden. Die vier Influencer Beiträge pro Geschlecht wurden zu Beginn von vier unterschiedlichen Influencer ausgewählt. Dies stellte sich als ein falsches Vorgehen heraus, da ein Vergleich zwischen dem gleichen Influencer besser gezogen werden kann. Demzufolge wurde dies angepasst und pro Influencer je ein bezahlter und ein unbezahlter Beitrag in den Leitfaden integriert.

3.4 Auswahl der Probanden

Die Auswahl der Probanden wurde gemäss Mayer (2013, S. 39) nach bestimmten Merkmalen vor Beginn der Interviews festgelegt (vorab-Festlegung). Die Anzahl der zu befragenden Probanden wurde für die Untersuchung auf zehn Personen festgesetzt. Da-

bei wurde die Nutzung der Media-Sharing-Plattform Instagram vorausgesetzt. Die Probanden wurden des Weiteren bezüglich ihres Alters und ihres Geschlechts weiter eingegrenzt. Infolgedessen wurde die folgende Grafik beigezogen.

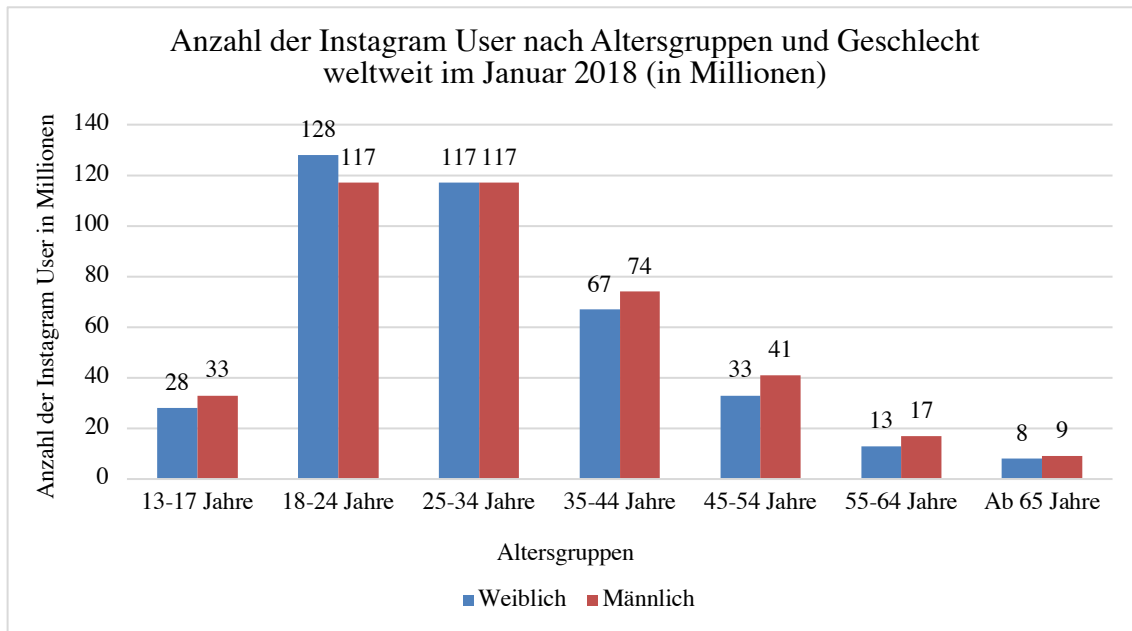


Abbildung 4: Anzahl der Instagram User nach Altersgruppe und Geschlecht weltweit im Januar 2018 (in Anlehnung an We Are Social, o.J.a)

Der Abbildung 4 ist zu entnehmen, dass die Altersgruppen «18-24 Jahre» und «25-34 Jahre» zusammen einen Anteil von knapp 60% der gesamten Instagram *Community* ausmachen. Darüber hinaus ist eine annähernd gleichmässige Verteilung der Geschlechter auf Instagram vertreten (We Are Social, o.J.a). Resultierend daraus werden fünf Frauen und fünf Männer innerhalb einer Altersspanne von 18 bis 34 Jahren zufällig ausgewählt.

Es ist zu beachten, dass die Repräsentativität der Untersuchung lediglich innerhalb der 18 bis 34 Jahre alten Instagram User gilt.

3.5 Durchführung

Die Durchführung der Interviews begann am 31. März 2018 und endete mit dem zehnten Interview am 23. April 2018. Während den Interviews wurden den Probanden neben den Fragen aus dem Interview Leitfaden noch weitere Fragen gestellt, welche sich aus

dem Kontext ergeben haben. Es wurden teilweise Fragen ausgelassen, da diese durch Antworten zu einer anderen Frage durch den Probanden abgedeckt wurden. Die anonymisierten Transkripte zu den Interviews können im Anhang 10 bis 19 eingesehen werden.

Um die Reaktion und Wahrnehmung zu testen, wurde innerhalb des Punktes 4 im Interview Leitfaden (siehe Anhang 1) der Influencer Beitrag jeweils auf einem Tablet gezeigt. Die Probanden konnten sich den Beitrag so lange anschauen, bis sie sich für die Fragen bereit fühlten. Danach wurde das Tablet zur Seite gelegt und die Fragen gestellt.

4 Auswertung

Im folgenden Kapitel wird erläutert, wie in der Auswertung der qualitativen Interviews vorgegangen wurde. Das Kapitel unterteilt sich in Auswertungsmethode, Kodierleitfaden sowie Daten pro Kategorie.

4.1 Auswertungsmethode

Die Auswertung der durchgeführten Interviews bedient sich der theoretischen Grundlage zur qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring. Dabei wird die Technik der Strukturierung (deduktive Kategorienanwendung) angewendet (Mayring, 2015, S. 68), welche das Ziel hat, eine Struktur aus dem gesammelten Material herauszufiltern (Mayring, 2015, S. 97). Mittels dieser Technik wird eine inhaltliche Strukturierung der Daten vorgenommen, da man dadurch Themen bzw. Inhaltsbereiche extrahieren und zusammenfassen kann (Mayring, 2015, S. 99). Basierend auf dem Interview Leitfaden wurden in einem ersten Schritt Kategorien gebildet. Mithilfe eines Kategoriensystems konnten Textbestandteile analysiert und herausgefiltert werden. Dadurch soll eine Struktur des gesammelten Materials gewährleistet werden (Mayring, 2015, S. 97). Die Kategorien wurden in einem folgenden Schritt in einem Kodierleitfaden ausgearbeitet, was im folgenden Punkt beschrieben wird.

4.2 Kodierleitfaden

Zu Beginn wurde der Kodierleitfaden basierend auf der Theorie und dem Interview Leitfaden entwickelt sowie in einer Pilotphase ausgebaut und ergänzt (Mayring & Fenzl, 2014, S. 548). Der Kodierleitfaden wurde in vier Bereiche aufgeteilt; Kategorie, Definition, Ankerbeispiel und Kodierregel. Innerhalb der Definition wurde genau erläutert, welche Textbestandteile unter eine Kategorie fallen. Zudem wurden anhand von Ankerbeispielen konkrete Textstellen aus den Interviews aufgeführt, welche typischerweise unter die betroffenen Kategorien fallen. Kodierregeln wurden bei allfälligen Abgrenzungsproblemen zwischen den Kategorien gebildet, um eine eindeutige Zuordnung zuzulassen (Mayring, 2015, S. 97).

Während den Interviews wurden die Probanden zu je zwei bezahlten und zwei unbezahlten Beiträgen befragt. Innerhalb der Auswertung werden die Antworten zu den bezahlten und den unbezahlten Beiträgen zusammengefasst (Zusammenfassung der Antworten zu den unbezahlten Beiträgen (1) und (4) sowie zu den bezahlten Beiträgen (2) und (3)). Der Vergleich der beiden Beitragsarten, welcher bei jedem Influencer durchgeführt wurde, wird ebenfalls zusammengefasst.

Um den Kodierleitfaden zu veranschaulichen, wird folgend ein Ausschnitt gezeigt. Der vollständige Kodierleitfaden kann im Anhang 20 eingesehen werden.

Tabelle 2: Ausschnitt des Kodierleitfadens zur Veranschaulichung (eigene Darstellung in Anlehnung an Mayring, 2015, S. 111)

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Grund für die Nutzung von Instagram	Beschreibt aus welchem Grund die Probanden Instagram nutzen	«Um Beiträge von meinen Freunden zu sehen und auch selber Bilder zu teilen.» (Proband B)	Keine Eingrenzung
Instagram Nutzung	Beschreibt die alltägliche, routinemässige Nutzung der Instagram App durch die Probanden	«Also ich öffne die App und schaue mir als erstes den News Feed an und like vielleicht ein paar Bilder. Als nächstes schaue ich normalerweise die Stories an. Wenn mir langweilig ist, schaue ich dann noch bei «Erforschen», was es Neues gibt.» (Proband D)	Es fällt lediglich die Nutzung der mobilen Instagram App in diese Kategorie
Like Verhalten	Beschreibt welche Beitragsthemen (bspw. Mode, Tiere, Natur) normalerweise bzw. mehrheitlich durch die Probanden <i>geliket</i> werden	«Beiträge von meinen Freunden und von Stars. Oft aber auch Beiträge auf «9gag» oder andere Memes.» (Proband E)	Nur Beitragsthemen, nicht Häufigkeit des Like Verhaltens

4.3 Daten pro Kategorie

Die Daten pro Kategorien listen alle Daten auf, welche in eine Kategorie fallen, um sie anschliessend auswerten zu können. Dafür wurden die Daten pro Kategorien in einer Excel Datei aufbereitet und anschliessend analysiert, wobei zu jeder Kategorie die Aussagen der Probanden untereinander aufgelistet wurden. Wie bereits erwähnt wurden die unbezahlten sowie die bezahlten Beiträge und der Vergleich zusammengefasst und in den Daten pro Kategorie nebeneinander dargestellt. Die folgende Tabelle 3 zeigt einen Ausschnitt, um aufzuzeigen, wie vorgegangen wurde. Die restlichen Daten pro Kategorien können dem Anhang 21 bis 74 entnommen werden.

Tabelle 3: Ausschnitt Daten pro Kategorie (eigene Darstellung)

	Grund für die Nutzung von Instagram
Proband A	Ich benutze es, weil mir manchmal langweilig ist, aber auch als Inspiration. Vor allem im Bereich Mode findet man sehr viele Beiträge, welche einem inspirieren.
Proband B	Um Beiträge von meinen Freunden zu sehen und auch selber Bilder zu teilen.
Proband C	Zum einen um zu erfahren, was meine Freunde für Bilder online stellen und wo sie sind und zum anderen kann ich auch selber Bilder auf Instagram posten.
Proband D	Weil es alle haben. Es ist für mich noch eine Art Zeitvertrieb und um mit meinen Freunden zu kommunizieren.
Proband E	Um zu verfolgen, was meine Freunde machen. Auch wegen modischen Sachen bzw. wegen Kleidern. Da gibt es ja sehr viele Seiten.
Proband F	Der Hauptgrund ist gegen Langeweile. Ich nutze es aber auch um auf dem aktuellsten Stand zu sein bezüglich meinen Kollegen und Stars.
Proband G	Um Bilder und Videos anzuschauen.
Proband H	Um zu sehen, was meine Freunde unternehmen.
Proband I	Hauptsächlich um mich über Kollegen auf dem Laufenden zu halten. Es geht mir dabei weniger um mich, damit ich viel poste. Ich finde jeder benutzt es einfach heutzutage.
Proband J	Um mir Memes anzuschauen und auch zu sehen, was meine Freunde machen. Ich habe halt kein Facebook. Das ist meine einzige Soziale Plattform – neben Snapchat. Ich benutze es auch als News Portal in Bezug auf Fussball.

5 Ergebnisse

Das folgende Kapitel zeigt die Ergebnisse der empirischen Untersuchung auf und wird in fünf Unterkapitel unterteilt. Diese Unterkapitel werden in Einstieg, unbezahlte Influencer Beiträge, bezahlte Influencer Beiträge, Vergleich unbezahlte und bezahlte Influencer Beiträge und Abschluss aufgeteilt. Wie bereits im Kapitel Auswertung erläutert, werden die Ergebnisse der unbezahlten und bezahlten Beiträge sowie des Vergleiches zusammengefasst.

Durch das Aufzeigen der Ergebnisse kann die Leitfrage (1) beantwortet werden.

5.1 Einstieg

Folgend werden die Ergebnisse aus der Auswertung des Einstiegs aufgezeigt. Die Ergebnisse wurden in die Kategorien des Kodierleitfadens unterteilt. Die Daten pro Kategorie sind dem Anhang 21 bis 31 zu entnehmen.

Grund für die Nutzung von Instagram

Der Hauptgrund für die Nutzung der Media-Sharing-Plattform Instagram besteht in der Information über Freunde und Bekannte. Die Probanden wollen sich laufend informieren, was ihre Mitmenschen machen und wo sie sich aufhalten. Die Plattform wird ebenfalls gerne dafür genutzt, um eigene Bilder mit seinen Followern zu teilen. Vereinzelt wurde Langeweile und die Inspiration im Bereich Mode als Grund für die Nutzung der Media-Sharing-Plattform genannt.

Instagram Nutzung

Auf der Instagram App für mobile Endgeräte verhältet sich die Mehrheit der Probanden ähnlich. Die Startseite sowie die Instagram Stories werden als erstes nach interessanten Inhalten durchsucht. Das Register «Erforschen/Suchen» wird von den Probanden ebenfalls aktiv genutzt.

Like Verhalten

Die Probanden liken hauptsächlich Instagram Beiträge von Freunden und Bekannten in ihrem Umfeld. Darüber hinaus werden oft Beiträge von bspw. berühmten Persönlichkeiten, Influencern und Modebloggern oder Sportlern *geliket*.

Interesse an Mode

Die Mehrheit der Probanden gab an, sich für Mode zu interessieren und darauf zu achten, was sie anziehen.

Modeinspiration

Die Probanden gaben an, hauptsächlich Instagram als Inspirationsquelle bezüglich Mode zu nutzen. Vereinzelt wurde angefügt, sich ebenfalls bei Freunden im Umfeld, in Läden, in Magazinen oder auf Online-Shops wie bspw. Zalando inspirieren zu lassen.

Verfolgung von Accounts mit Modebezug

Viele Probanden gaben an, einem oder mehreren Accounts mit Modebezug zu folgen.

Verfolgung von Influencern

Alle Probanden gaben an, einem oder mehreren Influencern zu folgen.

Grund für die Verfolgung von Influencern

Da die Gründe für die Verfolgung von Influencern von Proband zu Proband unterschiedlich angegeben wurden, kann kein eindeutiger Aufschluss festgestellt werden. Die meist genannten Gründe sind jedoch die Inspiration durch Influencer, das Interesse an der Person und die Aktualität der präsentierten Produkte.

Anzahl verfolgte Influencer

Der grösste Teil der Probanden gab an, einer Anzahl zwischen 4 und 20 Influencern zu folgen. Eine Anzahl von über 20 Influencern wurde nur vereinzelt angegeben.

Kauf eines Influencer beworbenen Produktes

Die Mehrzahl der Probanden haben bereits etwas gekauft, was durch einen Influencer beworben wurde. Ein kleiner Teil der Probanden führte jedoch an, nicht exakt dasselbe Produkt erworben zu haben, sondern lediglich etwas Ähnliches. Vereinzelt wurde zudem angegeben, noch nie etwas aufgrund eines Influencers gekauft zu haben.

Arten von Zusammenarbeiten zwischen Modeunternehmen und Influencern

Die Meinungen der Probanden waren in dieser Kategorie nahezu identisch. Die Probanden vermuten, dass Influencer für das Teilen eines Beitrages im Auftrag eines Modeunternehmens eine Gegenleistung erhalten. Die Art der Gegenleistung wurde jedoch in verschiedenen Formen geäußert; manche sind der Meinung, dass Influencer die Kleidungsstücke gratis zugeschickt bekommen und diese dann auf Instagram präsentieren. Andere denken, dass die Influencer Geld oder Rabatte für die Beiträge erhalten.

5.2 Unbezahlte Influencer Beiträge (1) und (4)

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Auswertung von unbezahlten Influencer Beiträgen wiedergegeben. Die Kategorien des Kodierleitfadens werden nach den kognitiven, affektiven und konativen Prozessen eines Organismus in drei Unterkapitel aufgeteilt. In diese Ergebnisse fallen die Auswertung der unbezahlten Influencer Beiträge (1) und (4). Die Daten pro Kategorie sind dem Anhang 32 bis 45 zu entnehmen.

5.2.1 Kategorien kognitive Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien kognitive Ebene erläutert.

Beschreibung des Beitrages

Den Probanden fiel hauptsächlich der Influencer selbst sowie das Outfit welches er trug auf. Der Hintergrund der Beiträge wurde ebenfalls häufig wahrgenommen. Nur

wenigen Probanden fiel der Ort, die markierten Marken sowie die Bildbeschreibung auf bzw. sie haben diese Merkmale nicht erwähnt.

Grund für das Teilen des Beitrages

Die Mehrheit der Probanden ging davon aus, dass es sich bei den Beiträgen um Werbung handelte und Influencer dafür Geld erhalten haben. Es wurde jedoch vereinzelt ebenfalls erwähnt, dass diese Beiträge nicht als Werbebeiträge empfunden werden. Einen weiteren häufig genannten Grund für das Teilen der Beiträge sehen die Probanden in der «Pflicht» der Influencer, regelmässig Beiträge zu teilen, um interessant zu bleiben. Zudem empfanden die Probanden die Gründe, dass sich Influencer zeigen bzw. präsentieren wollen oder von einer Unternehmung als Werbepartner entdeckt werden wollen. Kaum genannte Gründe sind *Likes*, Inspiration und Prestige. Des Weiteren wurde vereinzelt genannt, dass die Influencer ihren Followern zeigen wollen, wo sie gerade sind.

Erinnerung der Marken

Bei den unbezahlten Beiträgen wurden jeweils mehrere Marken markiert wie bspw. die Marke der Hose, des Pullovers und der Schuhe. Die Probanden konnten sich bei diesen Beiträgen vielfach nicht erinnern, welche Marken auf den Beiträgen markiert wurden. Nur sehr vereinzelt konnten sich Probanden an mehrere oder sogar an alle Marken auf den Beiträgen erinnern.

Grund der Erinnerung

Der Grund der Erinnerung der Marke basierte nach Angaben der Probanden hauptsächlich auf der bereits bestehenden Kenntnis der Marke. Vereinzelt wurde von den Probanden angegeben, bereits Kunde der Marke zu sein und deren Produkte zu tragen. Ein kaum genannter Grund war das direkte auffallen der Marken aufgrund der Markierungen.

Grund der «Nicht Erinnerung»

Weshalb sich die Probanden nicht an die Marken erinnern konnten liegt hauptsächlich daran, dass die Probanden nicht auf die Marken geachtet haben und sie es als nicht relevant empfunden haben. Des Weiteren wurden die Gründe angegeben, dass

sie die Marke nicht gekannt haben oder sie sich aufgrund der verschiedenen Marken keine merken konnten.

5.2.2 Kategorien affektive Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien affektive Ebene erläutert.

Gedanken

Die Gedanken der Probanden gingen in verschiedene Richtungen. Ein Gedanke, welcher mehrmals genannt wurde war das Gefallen der Kleidung, welche der Influencer trug und des Influencers selbst. Des Weiteren wurden die Beiträge allgemein als schön und inspirierend empfunden.

«Like» am Beitrag

Überwiegend wurde von den Probanden angegeben, das Gesamtbild der Beiträge als schön zu empfinden. Eigenschaften, welche oftmals zum Gefallen der Beiträge beitrugen, waren der Hintergrund kombiniert mit der Kleidung des Influencers. Weitere vereinzelt genannte Eigenschaften welche genannt wurden sind die Qualität und die Farben der Beiträge sowie die übersichtlichen Markierungen der Marken.

«Dislike» am Beitrag

Von den Probanden wurde nahezu nichts geäußert, was ihnen an den Beiträgen nicht gefallen hat. Vereinzelt wurde erwähnt, ein oder mehrere Kleidungsstücke des Outfits nicht zu mögen. Selten wurde angemerkt, dass die Beiträge gestellt und nicht stimmig wirken.

Abkaufen des Kleidungsstils

Der Kleidungsstil wurde von fast allen Probanden abgekauft. Sie glaubten, dass die Influencer die Kleidung ebenfalls im Alltag tragen und sie ihnen gefällt. Ein kleiner Teil der Probanden kaufte den Influencern den Kleidungsstil nicht ab.

Authentizität / Glaubwürdigkeit

Nur wenige der Probanden empfanden die Beiträge als nicht authentisch bzw. als gestellt. Überwiegend fassten die Probanden die Beiträge als authentisch und glaubwürdig auf. Es wurde oftmals erwähnt, dass die Beiträge echt bzw. nicht gestellt wirken und zum Influencer passen. Die gesamte Situation wirkte auf die Probanden authentisch.

Einstellung gegenüber der Marke

Die Einstellung gegenüber der Marken fiel aufgrund der Beiträge mehrheitlich positiv aus. Nur wenige Probanden waren nach der Betrachtung der Beiträge neutral oder negativ gegenüber der Marken eingestellt.

Einfluss auf die Marke

Die meisten Probanden sahen aufgrund der Beiträge den Einfluss, dass sich andere Instagram User über die Kleidung oder über die Marke informieren werden. Es wurde jedoch angefügt, dass nicht zwingend das auf den Beiträgen beworbene Produkt gesucht wird, sondern allgemein Kleidung der Marke. Durch die Beiträge vermuteten die Probanden ebenfalls, dass die Marke bzw. das dahinterstehende Unternehmen an Popularität gewinnt und die Marke aufgewertet wird. Nur vereinzelt wurde vermutet, dass dadurch das Produkt vermehrt abgesetzt wird. Ein paar wenige Probanden sahen durch den Beitrag überhaupt keinen Einfluss auf die Marke.

5.2.3 Kategorien konative Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien konative Ebene erläutert.

Reaktion auf den Beitrag

Die Probanden gaben an, dass sie sich aufgrund der Beiträge über die Produkte oder über die Marke informieren würden. Viele haben angegeben, dass sie die entsprechenden Beiträge auch liken würden. Ein kleiner Teil der Probanden würde überhaupt nicht auf die Beiträge reagieren und weiter scrollen.

Absicht etwas zu erwerben

Die Absicht der Probanden, etwas von den Beiträgen zu erwerben, war beinahe ausgeglichen. Die Mehrheit würde nichts aus den Beiträgen erwerben wollen, da die Kleidung entweder zu langweilig, zu speziell oder zu teuer empfunden wurde. Der andere Teil der Probanden wäre dennoch bereit, sich über weitere Kleidungsstücke der Marke in einem Online-Shop zu informieren. Es haben wiederum Probanden angegeben, einzelne Kleidungsstücke der Beiträge erwerben zu wollen respektive anprobieren zu wollen. Die Beiträge dienten für einzelne Probanden als Inspiration.

5.3 Bezahlte Influencer Beiträge (2) und (3)

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Auswertung von bezahlten Influencer Beiträgen wiedergegeben. Die Kategorien des Kodierleitfadens werden nach den kognitiven, affektiven und konativen Prozessen eines Organismus in drei Unterkapitel aufgeteilt. In diese Ergebnisse fallen die Auswertung der bezahlten Influencer Beiträge (2) und (3). Die Daten pro Kategorie sind dem Anhang 46 bis 59 zu entnehmen.

5.3.1 Kategorien kognitive Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien kognitive Ebene erläutert.

Beschreibung des Beitrages

Auch bei dieser Beitragsart fiel den meisten Probanden primär der Influencer selbst sowie das Outfit welches er trug auf. Der Hintergrund der Beiträge wurde ebenfalls häufig wahrgenommen. Des Weiteren fiel den Probanden der Hinweis zur «bezahlten Partnerschaft» sowie die markierten Marken auf. Nur wenige Probanden achteten sich auf den Ort, die Qualität sowie die Bildbeschreibung der Beiträge bzw. sie haben es nicht erwähnt.

Grund für das Teilen des Beitrages

Alle Probanden gingen davon aus, dass die Beiträge als Werbung gelten und die Influencer dafür Geld erhalten. Vereinzelt wurden zusätzlich Gründe wie Gewinnung von Aufmerksamkeit und *Likes*, Vermittlung eines Lifestyles sowie Gefallen des Outfits genannt.

Erinnerung der Marken

Es konnten sich sämtliche Probanden, bis auf eine Ausnahme, an die Marke auf den Beiträgen erinnern.

Grund der Erinnerung

Die Gründe für die Erinnerung der Marken waren ausgeglichen; einerseits, weil die Probanden die Marken schon kannten und andererseits, weil die Marken in Szene gesetzt und auf dem Beitrag oft markiert wurde.

Grund der «Nicht Erinnerung»

Der Proband, welcher sich nicht an die Marke erinnern konnte, gab den Grund an, dass er die Marke nicht gekannt hat und sich daher nicht erinnern konnte.

5.3.2 Kategorien affektive Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien affektive Ebene erläutert.

Gedanken

Die Probanden wiesen bei den bezahlten Beiträgen unterschiedliche Gedanken auf. Die meist erwähnten Gedanken waren das Gefallen der Beiträge sowie der darauf abgebildeten Kleidung. Gleichermassen hatten die Probanden die Ansicht, dass die Beiträge als Werbung dienten und dabei gestellt bzw. inszeniert wirkten. Weitere vereinzelt geäußerte Gedanken waren die Abneigung gegenüber «bezahlten Partnerschaften» sowie gegenüber der Kleidung. Zudem gaben die Probanden an, dass der Fokus der Beiträge auf der Kleidung lag.

«Like» am Beitrag

Der Hintergrund, die Kleidung sowie die gesamte Erscheinung der Beiträge wurde von den Probanden als angenehm und stimmig empfunden. Teilweise gaben die Probanden an, die Qualität, die Influencer, die Perspektive, die Inszenierung und die Bildbeschreibung ebenfalls zu mögen.

«Dislike» am Beitrag

Mehrheitlich wurde von den Probanden an den Beiträgen nichts ausgesetzt. Einige hatten jedoch geäußert, dass der Beitrag gestellt wirkte und ihnen die Kleidung nicht gefiel. Ein weiterer Kritikpunkt an den Beiträgen war, dass nicht übersichtlich markiert wurde, von welcher Marke die einzelnen Kleidungsstücke sind. Ebenso wurde die «bezahlte Partnerschaft» sowie die Bildbeschreibung kritisiert. Einem Probanden gefiel überhaupt nichts an den Beiträgen.

Abkaufen des Kleidungsstils

Der Kleidungsstil wurde von knapp mehr als der Hälfte der Probanden als glaubhaft empfunden. Die restlichen Probanden kauften den Influencern die Beiträge nicht ab und empfanden sie als gestellt.

Authentizität / Glaubwürdigkeit

Die Mehrheit der Probanden empfanden die Beiträge als nicht authentisch, unglaubwürdig und gestellt. Nur ein kleiner Teil der Probanden empfand die Beiträge als authentisch bzw. glaubwürdig.

Einstellung gegenüber der Marke

Die Einstellung gegenüber der Marke fiel hinsichtlich der Beiträge mehrheitlich positiv aus. Nur wenige Probanden waren aufgrund der Beiträge neutral oder negativ gegenüber den Marken eingestellt.

Einfluss auf die Marke

Die Probanden sahen durch die Beiträge einen positiven Einfluss auf die Marke, indem sich andere User über die Produkte informieren und vielleicht etwas erwerben werden. Vereinzelt wurde von Probanden die Meinung vertreten, dass die Beiträge

keinen oder lediglich einen kleinen Einfluss auf die Marken haben und nur zum «kennenlernen» der Marken dienen.

5.3.3 Kategorien konative Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien konative Ebene erläutert.

Reaktion auf den Beitrag

Die Probanden gaben mehrheitlich an, nicht auf die Beiträge zu reagieren und weiter zu scrollen. Lediglich vereinzelt wurde ausgesagt, die Beiträge zu liken respektive sich über die Produkte oder die Marke zu informieren. Einzig ein Proband würde die Beiträge als Inspiration nutzen.

Absicht etwas zu erwerben

Die Mehrheit der Probanden hatten keine Absicht, etwas auf den Beiträgen zu erwerben. Es kam jedoch vereinzelt vor, dass den Probanden einzelne Kleidungsstücke gefielen und sie diese erwerben würden. Teilweise wurde angefügt, nicht exakt dieselben Kleidungsstücke erwerben zu wollen, sondern etwas Ähnliches.

5.4 Vergleich bezahlte und unbezahlte Influencer Beiträge

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Auswertung des Vergleichs von unbezahlten und bezahlten Influencer Beiträgen wiedergegeben. Die Kategorien des Kodierleitfadens betreffen lediglich affektive Prozesse eines Organismus, weshalb dieses Kapitel nicht weiter unterteilt wird. In diese Ergebnisse fallen die Auswertung der Vergleiche der Influencer Beiträge (1) und (2) sowie (3) und (4). Die Daten pro Kategorie sind dem Anhang 60 bis 63 zu entnehmen.

Kooperation mit Unternehmen

Die Probanden empfanden hauptsächlich bei den bezahlten Beiträgen eine Kooperation mit einem Unternehmen. Lediglich ein kleinerer Teil der Probanden stuften beide Beiträge im direkten Vergleich als eine Kooperation ein.

Grund der Empfindung

Den Hauptgrund, weshalb die Probanden primär bei bezahlten Beiträgen eine Kooperation mit einem Unternehmen empfanden, lag an der Markierung der «bezahlter Partnerschaft». Jene Probanden, welche beide Beiträge als Kooperationen empfanden, gaben an, dass sie durch die Markierung der Marken das Gefühl hatten, dass beide Beiträge in einer Kooperation entstanden sind.

Beitrag bei welchem die Marke besser in Szene gesetzt ist

Die Probanden sahen klar bei den bezahlten Influencer Beiträgen die Marke besser in Szene gesetzt. Lediglich ein kleiner Teil der Probanden empfand die Marke bei den unbezahlten Influencer Beiträgen besser in Szene gesetzt oder bei beiden Beitragsarten gleich.

Grund des Empfindens der besseren Markeninszenierung

Jene Probanden, welche die bezahlten Influencer Beiträge als besser in Szene gesetzt empfanden, gaben den Grund an, dass das Produkt bzw. die Marke besser im Zentrum des Beitrages stand und auf den ersten Blick ersichtlich war. Die Markierung der «bezahlten Partnerschaft» führte dazu, dass den Probanden die Marke sofort auffiel. Es wurde ebenfalls angegeben, dass nur eine Marke auf den bezahlten Beiträgen markiert war und man sich dadurch besser an sie erinnern konnte. Bei den unbezahlten Beiträgen wurde diesbezüglich angegeben, es seien zu viele verschiedene Marken auf den Beiträgen markiert, welche nicht auf den ersten Blick ersichtlich sind.

Die Probanden, welche die unbezahlten Influencer Beiträge als besser in Szene gesetzt empfanden, gaben als Grund die übersichtliche Markierung der Produkte an. Dadurch wussten sie, welches Kleidungsstück von welcher Marke war. Ein weiterer genannter Grund war, dass die Beiträge weniger inszeniert waren und folglich schöner wirkten.

Die Probanden, welche die Marken bei beiden Beiträgen gleich gut in Szene gesetzt empfanden, gaben den Grund an, dass bei beiden Beiträgen Markierungen vorgenommen wurden und die Person mit der Kleidung im Zentrum stand.

5.5 Abschluss

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Auswertung des Abschlusses wiedergegeben. Die Kategorien des Kodierleitfadens werden nach den kognitiven, affektiven und konativen Prozessen eines Organismus in drei Unterkapitel aufgeteilt. Die Daten pro Kategorie sind dem Anhang 64 bis 74 zu entnehmen.

5.5.1 Kategorien kognitive Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien kognitive Ebene erläutert.

Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge

Die meisten Probanden gingen davon aus, dass sie die zwei Beitragsarten korrekt in unbezahlte und bezahlte Beiträge unterscheiden konnten. Es wurde jedoch von einem kleinen Teil der Probanden angegeben, die Beitragsarten nicht unterscheiden zu können.

Grund der Unterscheidung

Als Hauptgrund der Unterscheidung gaben die Probanden die Markierung der «bezahlten Partnerschaft» an. Ein Proband konnte die Unterscheidung aufgrund der unterschiedlichen Inszenierung feststellen. Ein kleiner Teil der Probanden ging davon aus, dass sobald eine Markierung der Marken auf den Beiträgen erfolgt, der Influencer bezahlt wird oder er die Kleidung gratis erhalten hat.

Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge im Alltag

Mehrheitlich gaben die Probanden an, die Unterscheidung von bezahlten und unbezahlten Beiträgen auch im Alltag wahrzunehmen. Der Grund dafür sei die Markierung der «bezahlten Partnerschaft», welche den Probanden meist auf den ersten Blick auffällt. Es haben jedoch vereinzelt Probanden angegeben, die Unterschiede der Beitragsarten im Alltag nicht zu erkennen bzw. nicht darauf zu achten.

5.5.2 Kategorien affektive Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien affektive Ebene erläutert.

Empfinden gegenüber der Kooperationen

Die Meinungen der Probanden teilten sich bezüglich der Empfindung gegenüber Kooperationen, weshalb keine eindeutige Richtung analysiert werden konnte. Ein Teil der Probanden empfand die Kooperationen als positiv sowie modern und sieht darin eine gute Möglichkeit für Unternehmen zu werben. Der andere Teil der Probanden empfand die Kooperationen als gestellt und konnte in Bezug dessen keine Sympathie äussern. Es wurde angeführt, die Beiträge verlieren durch die Bezahlung ihre Authentizität und wirken gestellt bzw. nicht ehrlich.

Änderung der Einstellung gegenüber einem Produkt bei einer Bezahlung des Influencers

Hauptsächlich gaben die Probanden an, dass sich ihre Einstellung gegenüber einem Produkt nicht ändert, wenn ein Influencer Geld für einen Beitrag erhält. Es wurde jedoch teilweise erwähnt, dass sie dadurch skeptischer werden und sich genauer über die Produkte informieren. Vereinzelt wurde angegeben, dass sich die Einstellung gegenüber einem Produkt negativ verändert.

Authentizität der beiden Beitragsarten

Es kam klar hervor, dass die Probanden unbezahlte Beiträge authentischer und glaubwürdiger empfinden. Gründe dafür sind, dass die Beiträge aus eigener Überzeugung geteilt werden und die Outfits nicht von einer Unternehmung vorgegeben werden, sondern von den Influencern selber zusammengestellt werden.

Änderung des Vertrauens in den Influencer

In dieser Kategorie liess sich keine einstimmige Meinung feststellen. Ein Teil der Probanden gab an, dass sich das Vertrauen in den Influencer aufgrund eines bezahlten Beitrags überhaupt nicht ändert. Ein anderer Teil der Probanden gab an, dass sich das Vertrauen bei einer Überhäufung von bezahlten Beiträgen oder beim Bewerben von qualitativ schlechten Produkten ändert. Zudem wurde es als negativ

empfunden, wenn die Probanden das Gefühl hatten, dass der Influencer nur wegen der Bezahlung für ein Produkt wirbt.

Notwendigkeit bei einem Influencer Beitrag

Die Probanden haben diverse Punkte genannt, welche für sie bei Influencer Beiträgen von zentraler Bedeutung sind. Zum einen gilt es zu kennzeichnen, woher bzw. von welcher Marke die einzelnen Kleidungsstücke sind. Ebenfalls häufig genannt wurde der Hintergrund, welcher mit dem Outfit harmonieren sollte. Zudem ist es für die Probanden wichtig, dass die Kleidung auf dem Beitrag im Zentrum steht. Die Influencer sollten sich ebenfalls von anderen Influencern abheben und versuchen ihre Beiträge kreativ zu gestalten und dadurch aufzufallen. Ausserdem sollten die präsentierten Kleidungsstücke aufeinander abgestimmt sein und zu den Influencern passen. Die Beiträge sollten gemäss den Probanden spontan und authentisch wirken.

Tabu bei einem Influencer Beitrag

Mehrheitlich gaben die Probanden an, zu sehr inszenierte oder gestellte Bilder abzulehnen. Die Markierung einer «bezahlten Partnerschaft» sowie ausführliche Bildbeschreibungen kamen bei den Probanden teilweise schlecht an. Überdies werden Lügen, Gewalt, Rassismus oder Sexismus auf den Beiträgen oder in der Bildbeschreibung komplett abgelehnt.

5.5.3 Kategorien konative Ebene

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kategorien konative Ebene erläutert.

Kaufabsicht durch Influencer

Fast alle Probanden hatten bereits ein oder mehrere Male die Absicht etwas zu erwerben, was durch einen Influencer beworben wurde. Lediglich eine geringe Anzahl der Probanden gab an, noch nie diese Absicht gehabt zu haben.

Unterschiedliche Kaufabsicht bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträgen

Die Mehrheit der Probanden gab an, dass sich die Kaufabsicht bei bezahlten und unbezahlten Influencer Beiträgen nicht unterscheidet. Wenn ihnen ein Produkt gefällt, kommt es nicht darauf an, ob der Beitrag bezahlt ist oder nicht – ihnen gefallen die Produkte unabhängig davon. Vereinzelt gaben die Probanden an, bei bezahlten Beiträgen skeptischer zu sein und sich genauer über die Produkte zu informieren.

6 Diskussion der Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die vorherig präsentierten Ergebnisse der Untersuchung diskutiert. Die Diskussion wird in drei Teilbereiche aufgeteilt; Kognitive Ebene, affektive Ebene und Konative Ebene.

Kognitive Ebene

Bei beiden Beitragsarten wird kognitiv mehrheitlich das Gleiche wahrgenommen; die Person, die Kleidung und der Hintergrund. Bei den bezahlten Beiträgen kommt noch dazu, dass die Markierung der «bezahlten Partnerschaft» aktiv wahrgenommen wird.

Wie bei bezahlten Influencer Beiträgen wird der Grund von unbezahlten Influencer Beiträgen in der Werbung gesehen. Dies kann darauf zurückgeführt werden, da Influencer auf Instagram zum Teil nicht transparent sind und Werbung nicht als solche kennzeichnen. Da zurzeit für Influencer, welche Schleichwerbung teilen, keine Konsequenzen drohen bzw. sie keine Geldstrafen befürchten müssen, kann dies ein Grund für ihre Einstellung und ihr Misstrauen sein (vgl. Punkt 2.4.3). Ein weiterer möglicher Grund besteht darin, dass User bezüglich der Unterscheidung von bezahlten und unbezahlten Beiträgen nicht sensibilisiert sind bzw. sie wissen nicht, dass bei keiner Angabe einer Werbung, auch keine Bezahlung des Influencers erfolgt.

Bei bezahlten Beiträgen bleibt die Marke, im Gegensatz zu den unbezahlten Beiträgen, bei vielen Probanden in Erinnerung. Dies lässt sich auf die wahrgenommene Markierung der «bezahlten Partnerschaft» rückschliessen.

Affektive Ebene

Auf affektiver Ebene unterscheiden sich die Beitragsarten stark. Beim Vergleich lässt sich gut erkennen, dass die Probanden die unbezahlten Beiträge der Influencer als sympathischer empfinden. Dies kann mit der höheren Authentizität und Transparenz in Relation gebracht werden (vgl. Punkt 2.2).

Vermehrt stossen die angegebenen «bezahlten Partnerschaften» bei den Probanden auf Ablehnung. Die Gründe dafür können verschieden sein. Ein bereits genannter

Grund ist die mangelnde Authentizität. Ausserdem gehen die Probanden davon aus, dass Influencer diese Partnerschaften lediglich wegen des Geldes eingehen und nicht, weil sie hinter den Produkten stehen. Ein weiterer möglicher Grund kann Missgunst sein. Es wäre denkbar, dass die Probanden den Job Influencer als unbefangenen und entspannt empfinden und deswegen nicht akzeptieren, dass Influencer auf diese Weise ihr Geld verdienen.

Trotz der Ablehnung gegenüber der «bezahlten Partnerschaften» wirkt sich diese Beitragsart nicht negativ auf die Marke, welche beworben wird, aus. Gleich wie bei den unbezahlten Beiträgen wird die Marke durch die Beiträge mehrheitlich positiv aufgenommen. Ebenfalls wird der Einfluss auf die Marke bei den Beitragsarten ähnlich eingeschätzt. Der Einfluss wird in der Information über Produkte oder im Kauf von Produkten sowie im Kennenlernen der Marke gesehen.

Konative Ebene:

Die Reaktionen auf die Beiträge erlauben Rückschlüsse auf die affektive Ebene. Bei den bezahlten Beiträgen, welche auf Ablehnung stossen, zeigen die Probanden weniger Reaktionen als bei unbezahlten Beiträgen. Bei unbezahlten Beiträgen sind die Probanden bereit, einen Beitrag zu liken bzw. sich über die darauf abgebildeten Produkte zu informieren. Die Absicht etwas zu erwerben ergibt sich mehrheitlich bei unbezahlten Beiträgen. Dies kann mit der Authentizität der Beiträge in Verbindung gebracht werden. Dennoch gaben die Probanden an, dass es nicht von Bedeutung ist, ob ein Beitrag bezahlt oder unbezahlt ist, um Gefallen an der Kleidung zu empfinden.

Da in dieser Thesis neben der kognitiven, affektiven und konativen Wahrnehmung auch Präferenzen erforscht werden, können gemäss der Präferenzforschung hypothetische Verzerrungen auftreten. Diese Verzerrungen beziehen sich auf eine angegebene bzw. tatsächlichen Präferenz (stated preference vs. revealed preference) (Loomis, 2011, S. 363). Aufgrund dessen ist es von Bedeutung zu erwähnen, dass die Antworten der Probanden leichte Verzerrungen aufweisen könnten.

7 Handlungsempfehlungen

Im folgenden Kapitel werden Handlungsempfehlungen für Unternehmen im Bereich Mode abgegeben. Aus den gewonnenen empirischen Ergebnissen kann den Unternehmen aufgezeigt werden, was beachtet werden muss, um Influencer bestmöglich als Werbe- und Kommunikationsmittel nutzen zu können. Die Unterteilung des Kapitels wird in unbezahlte und bezahlte Influencer Beiträge vorgenommen. Des Weiteren dient dieses Kapitel zur Beantwortung der Leitfrage (2).

7.1 Unbezahlte Influencer Beiträge

Obwohl unbezahlte Beiträge von Modeunternehmen nicht beeinflusst werden können, ist es dennoch wichtig, mit diesen Beiträgen zu interagieren. Aus diesem Grund wird vorgeschlagen, mittels *Likes* und Kommentaren den Influencern das Gefühl zu geben, wertgeschätzt zu werden. Dadurch kann beim Influencer ein Gefühl der Zugehörigkeit und Verbundenheit ausgelöst werden, was zu weiteren Beiträgen mit den Produkten des Unternehmens führen kann.

7.2 Bezahlte Influencer Beiträge

Auf bezahlte Influencer Beiträge kann ein hoher Einfluss ausgeübt werden. Die Erkenntnisse der Untersuchung haben gezeigt, dass «bezahlte Partnerschaften» teilweise auf Ablehnung stossen, weshalb diese als verbesserungsbedürftig angesehen werden. Folgend werden Handlungsempfehlungen bezüglich bezahlten Influencer Beiträgen abgegeben.

7.2.1 Passende Influencer erlesen

Um die Kleidung eines Unternehmens attraktiv zu präsentieren, wird ein passender Influencer benötigt, da dies innerhalb der Untersuchung zum Teil bemängelt wurde. Modeunternehmen müssen daher Influencer genau sichten und analysieren. Obwohl dies mit einem grossen Aufwand verbunden ist, wird darin Potential gesehen. Der Influencer sollte die Marke verkörpern und in das Konzept der Unternehmen passen. Daher wird

vorgeschlagen, Zeit in die Analyse von Influencern zu investieren, um passende Influencer für das Unternehmen zu finden. Eine vorstellbare Kombination wäre ein Fitness Influencer, welcher für eine Sportbekleidungsmarke wie bspw. Nike oder Adidas wirbt. Dadurch können ebenfalls die richtigen Zielgruppen angesprochen werden. Falls bspw. ein Fitness Influencer Werbung für hochpreisige Bekleidungsmarken wie Prada oder Gucci macht, würde man zum einen die Zielgruppen mit hoher Wahrscheinlichkeit verfehlen und zum anderen würde der Influencer verkleidet und dadurch nicht authentisch wirken.

7.2.2 Kombination des Outfits

Die Kombination des Outfits macht einen wichtigen Punkt in der Zusammenarbeit mit Influencern aus. Die Kleidung sollte, wie im oberen Punkt erläutert, zum Influencern passen als auch in sich stimmig sein. Daher sollten Influencer aktiv in den Entwicklungsprozess eines Beitrages eingebunden werden, damit die Outfits stimmig und echt auf Instagram User wirken. Wichtig dabei ist, mit den Influencern das Outfit zusammenzustellen, da diese ihre Follower am besten kennen. Dadurch kann ebenfalls die Authentizität, welche in einem weiteren Punkt beschrieben wird, verstärkt werden.

7.2.3 Hintergrund bedacht wählen

Ebenso wichtig wie der Influencer und das Outfit ist der Hintergrund eines Beitrages. Die Kleidungsstücke können vor verschiedenen Hintergründen komplett unterschiedlich auf User wirken. Daher wird vorgeschlagen auch den Hintergrund aktiv in den Entwicklungsprozess eines Influencer Beitrages einzubinden, damit die Beiträge authentischer wirken und zur Marke passen bzw. die Marke repräsentieren. Eine Einbindung der Influencer kann die Ideenvielfalt sowie die Zielrichtung der Werbemaßnahmen verstärken.

7.2.4 Ehrlichkeit/Authentizität

Ehrlichkeit und Authentizität spielen bei Influencer Beiträgen eine wichtige Rolle, weshalb eine ehrliche sowie authentische Beitragsweise vorausgesetzt werden sollte. Es

wird aus diesem Grund vorgeschlagen, mit Influencern Beiträge zu entwickeln, welche natürlich und nicht gestellt wirken. Denkbar wären natürliche Posen und Gesichtsausdrücke. Dies wird jedoch nicht bei allen Modeunternehmen gleich umgesetzt werden können. Speziell bei alltagsuntauglicher Kleidung, welche eine Inszenierung verlangt und mehr als eine Art Kunstwerk wirkt, sollte die Kreativität im Fokus stehen und weniger darauf geachtet werden, dass der Beitrag nicht gestellt wirkt.

7.2.5 Spontanität der Beiträge

Die Influencer Beiträge sollten nicht gestellt und inszeniert wirken, da die Spontanität von Beiträgen bei den Usern gut ankommt. Aus diesem Grund wird vorgeschlagen, die Influencer Bilder nicht ausschliesslich bei Fotoshootings zu schiessen. Die Influencer sollen sich kreativ ausleben und spontan mit Freunden Bilder schiessen. Dadurch kann den Beiträgen Spontanität verliehen werden, was somit besser bei den Usern ankommt.

7.2.6 Offenheit/Transparenz

Offenheit und Transparenz nehmen auf Social Media einen hohen Stellenwert ein. Wenn sich Unternehmen nicht transparent in der Zusammenarbeit mit Influencern zeigen, kann dies langfristig zu negativen Reputationen führen. Daher wird vorgeschlagen, jegliche Kooperationen mit Influencern vertraglich abzusichern, damit Influencer gezwungen sind, ebenfalls transparent zu erscheinen und Partnerschaften gut sichtbar zu kennzeichnen. Dadurch kann eine offene und transparente Beitragsweise gewährleistet werden, was Modeunternehmen und Influencer positiv beeinflussen kann.

7.2.7 Aussagekräftige Bildbeschreibungen

Die Bildbeschreibung sollte ebenfalls als zentral erachtet werden. Lange und komplizierte Bildbeschreibungen können von den Usern als störend und unnötig empfunden werden. Daher wird vorgeschlagen in Zusammenarbeit mit den Influencern Bildbeschreibungen auszuarbeiten, welche kurz, prägnant und aussagekräftig sind. Ironie sollte vorsichtig eingesetzt werden, da dies falsch verstanden werden und Ablehnung mit sich bringen könnte.

7.2.8 Kleidung im Zentrum des Beitrages

Um mit wirksamen Influencer Beiträgen zu werben, sollte die Kleidung im Zentrum der Beiträge stehen. Der Hintergrund sollte nicht die gesamte Aufmerksamkeit eines Beitrages gewinnen, da die Kleidung sowie die Marke Hauptbestandteile der Beiträge sein müssen. Aus diesem Grund wird vorgeschlagen, die Kleidung möglichst in der Mitte eines Beitrages darzustellen, damit sie auf den ersten Blick ersichtlich wird. Des Weiteren sollte der Hintergrund so gewählt werden, dass die Kleidung sich davon abhebt und besser zum Vorschein kommt. Auf diese Weise sollen Instagram User dazu verleitet werden, bei den Beiträgen zu stoppen und sich diese genau anzuschauen.

7.2.9 Customer Experience begünstigen

Ergänzend zu den obenstehenden Punkten ist die Customer Experience ebenfalls ein Aspekt, welcher nicht zu vernachlässigen ist. Den User soll es beim Gefallen eines Kleidungsstückes in wenigen Schritten möglich sein, die Produkte zu finden und sie allenfalls gleich zu bestellen, was eine positive Customer Experience zur Folge hat. Dadurch kann der Bestellweg der Kunden verkürzt und die Zufriedenheit positiv beeinflusst werden.

7.2.10 Brand Awareness

Obwohl die Markierung von «bezahlten Partnerschaften» teilweise auf Ablehnung stösst, kann mithilfe des *Branded Content Tools* die Brand Awareness von Modeunternehmen erhöht werden. Durch diese Markierungen ist die Marke sofort erkennbar bzw. die User nehmen die Marke aktiv wahr und können sie sich besser einprägen. Aus diesem Grund wird vorgeschlagen «bezahlte Partnerschaften» zu nutzen, um die Brand Awareness zu erhöhen. Die «bezahlten Partnerschaften» sollten jedoch gezielt und nicht überhäuft eingesetzt werden, da sonst die Gefahr besteht eine Spam-Schleuder zu schaffen, was wiederum negative Auswirkungen mit sich bringen kann (Kreutzer, 2018, S. 460).

7.2.11 Differenzierung der Beiträge von anderen Influencern

In den Mengen von Influencern geraten Influencer schnell in den Hintergrund und fallen nicht auf. Influencer müssen sich von ihren Konkurrenten abheben und einen Wiedererkennungswert schaffen. Daher wird den Modeunternehmen vorgeschlagen, mit den Influencern zusammen innovative Beiträge zu kreieren, um sich von der grossen Masse abzuheben. Nur so können die Influencer nachhaltig interessant bleiben und fortbestehen. Zentral dabei ist die Auswahl eines passenden Influencers, was bereits in Punkt 7.2.1 beschrieben wurde.

7.2.12 Kollaborationen mit berühmten Influencern

Da Influencern teilweise als Vorbilder angesehen werden und Bewunderung geniessen, können Kollaborationen mit Influencern in Betracht gezogen werden. Die Influencer sollen aktiv in den Entwicklungsprozess einer Kollektion eingebunden und das Gesicht einer Werbekampagne werden. Somit kann die Zielgruppe des Influencers erreicht und abgeschöpft werden. Infolgedessen wird vorgeschlagen passende Influencer für Kollaborationen zu suchen (siehe Punkt 7.2.1) und mit ihnen kreative Kollektionen zu lancieren.

7.2.13 Reaktion auf Beiträge fördern

Mithilfe der Untersuchung konnte festgestellt werden, dass lediglich eine geringe bis keine Reaktion auf bezahlte Beiträge durch die Probanden erfolgte. Aufgrund dessen wird den Modeunternehmen vorgeschlagen, Mitmach-Aktionen und Gewinnspiele mit Influencern zu entwickeln, um die Reaktion auf bezahlte Beiträge zu intensivieren. Dadurch können Instagram User animiert werden, die Beiträge zu *liken*, was zu einer höheren Reichweite verhelfen kann.

7.2.14 Enge Zusammenarbeit mit Influencern

Wie in den oben erläuterten Handlungsempfehlungen ist die enge Zusammenarbeit entscheidend. Influencer kennen die Bedürfnisse, Wünsche und Interessen ihrer Follower

am besten und wissen daher, auf was zu achten ist. Aus diesem Grund wird vorgeschlagen, Kampagnen nicht intern zu entwickeln und an die Influencer zur Durchführung zu übergeben. Vielmehr sollten die Kampagnen zusammen mit Influencern erarbeitet werden, da dadurch Massnahmen zielgerichteter ausfallen und somit gewünschte Ziele erreicht werden können.

7.2.15 Kleidung

Bezüglich der zu präsentierenden Kleidung können keine vertieften Handlungsempfehlungen abgegeben werden, da der Geschmack von Kleidung von Person zu Person variiert. Der einzige Vorschlag, welcher gemacht werden kann, bezieht sich auf die Alltagstauglichkeit. Es wird vorgeschlagen sich bezüglich Influencer Werbung auf alltagstaugliche Kleidung zu fokussieren, da diese von Usern vermehrt gekauft wird.

8 Schlussbetrachtung

Im letzten Kapitel dieser Thesis wird ein Schlussfazit über die gesamte Arbeit gezogen sowie ein Ausblick abgegeben.

8.1 Fazit

Im Rahmen der vorliegenden Thesis wurde untersucht, welche Reaktionen Instagram User auf kognitiver, affektiver und konativer Ebene zeigen, wenn sie mit bezahlten oder unbezahlten Influencer Beiträgen in Kontakt treten. In einem weiteren Schritt konnten durch die Untersuchung Handlungsempfehlungen für Modeunternehmen abgegeben werden. Dafür wurde eine qualitative Studie mit zehn Probanden durchgeführt, wobei zu erwähnen ist, dass die Repräsentativität der Studie lediglich innerhalb einer Altersspanne von 18 bis 34 Jahre alten Personen gegeben ist.

Die Ergebnisse zeigten, dass sich die Reaktionen auf die zwei Beitragsarten unterscheiden. Die kognitive Wahrnehmung fiel relativ ähnlich aus, da auf beiden Beitragsarten mehrheitlich die gleichen Aspekte kognitiv wahrgenommen wurden. Besonders hervorgehoben werden sollte jedoch, dass die Erinnerung der Marken bei bezahlten Beiträgen signifikant höher ausfiel, als bei unbezahlten Beiträgen. Die bemerkenswertesten Unterscheidungen hatten sich auf affektiver und konativer Ebene gezeigt. Dabei ging hervor, dass «bezahlte Partnerschaften» bei den Probanden teilweise affektiv auf Ablehnung stiessen und daher die konativen Reaktionen negativ ausfielen bzw. die Probanden nicht bereit waren einen bezahlten Beitrag zu liken oder sich über darauf beworbene Produkte zu informieren. Diese Ablehnung liess sich auf die gering wahrgenommene Authentizität zurückführen und betrifft lediglich die Influencer Beiträge, wobei eine Ablehnung der beworbenen Marken nicht festgestellt werden konnte. Entgegengesetzt wurden unbezahlte Influencer Beiträge mehrheitlich als authentisch empfunden und lösten auf konativer Ebene positive Effekte aus. Die Probanden waren bei dieser Beitragsart dazu bereit, die Beiträge zu liken und gegebenenfalls sich über die Produkte bzw. sich über die Marke zu informieren. Zusammenfassen kann festgestellt werden, dass unbezahlte Beiträge eine deutlich positivere Reaktion mit sich bringen, als bezahlte Beiträge.

Mithilfe der vorliegenden Ergebnisse konnten diverse Handlungsempfehlungen an Modeunternehmen abgegeben werden, welche in zwei Gruppen aufgeteilt wurden; bezahlte Influencer Beiträge und unbezahlte Influencer Beiträge. Obwohl Modeunternehmen unbezahlte Influencer Beiträge nicht beeinflussen können, wurde eine Handlungsempfehlung von hoher Wichtigkeit abgegeben. Influencern, welche die Produkte der Modeunternehmen empfehlen, soll durch die Handlungsempfehlung ein Gefühl der Wertschätzung und Zugehörigkeit vermittelt werden. Für bezahlte Influencer Beiträge hingegen wurden Handlungsempfehlungen entwickelt, um die Ablehnung der «bezahlten Partnerschaft» durch User so gering als möglich zu halten sowie um die Reaktion auf die Beiträge zu erhöhen.

Kritik bezogen auf diese Thesis kann bei der Annahme von unbezahlten Beiträgen angebracht werden. Es kann nicht mit absoluter Sicherheit davon ausgegangen werden, dass die unbezahlten Beiträge dieser Arbeit tatsächlich unbezahlt sind, da dies auf einer Annahme basiert. Mit der gegebenen Begründung der Annahme kann dies jedoch gerechtfertigt werden.

8.2 Ausblick

Aufgrund der verschiedenen Auffassungen von Influencer Beiträgen auf Instagram bietet es sich an, diese Forschung in einer getrennten Weise erneut durchzuführen. Die Trennung sollte dabei auf weibliche und männliche Testpersonen fallen. Auf diese Weise können weitere Erkenntnisse bezogen auf das Geschlecht gewonnen werden und dadurch spezifische Massnahmen ausgearbeitet und entwickelt werden. Es wäre in einem weiteren Schritt durchaus sinnvoll, eine quantitative Forschung beizuziehen, um die vorliegenden Ergebnisse zu bestätigen.

Des Weiteren wäre es zudem von zentraler Bedeutung zu wissen, wie transparent Influencer auf Instagram sind. Aus diesem Grund ist es durchaus relevant, eine Forschung durchzuführen, ob und auf welche Weise Influencer Werbung auf Instagram angeben.

Literaturverzeichnis

- Ackermann, K. A. (2018). *Marketing Trends – Methoden & Trends zur Verhaltensmessung und Datengewinnung*. Frühlingssemester 2018. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Institut für Marketing Management.
- Adonts, X. (2018a). It's a good sunny day to wear all black. In: *Instagram*. Abgerufen von <https://www.instagram.com/p/BgayKLRjL-A/?taken-by=xeniaoverdose>.
- Adonts, X. (2018b). Me caught running to @toryburch by @leofaria. In: *Instagram*. Abgerufen von https://www.instagram.com/p/Be_BTq8jAD0/?taken-by=xeniaoverdose.
- Arnold, U. (1997). *Beschaffungsmanagement*. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Baum, D. (2015). «Es gibt nicht die eine geniale Idee». Abgerufen von <https://www.gq-magazin.de/auto-technik/internet/instagram-gruender-im-interview-instagram-ist-keine-macht/instagram-gruender-im-interview-es-gibt-nicht-die-eine-geniale-idee>.
- Bindley, K. (2018). Instagram Is Turning Into Facebook, and That's Bad. *Wall Street Journal (Online)*. Abgerufen von <https://www.wsj.com/articles/instagram-is-turning-into-facebook-and-thats-bad-1517422670>.
- Black Box (o.J.). In: *Duden (online)*. Abgerufen von <https://www.duden.de/node/774740/revisions/1669332/view>.
- Brito, M. (2013). *Your Content Strategy: Defining Paid, Owned and Earned Media*. Abgerufen von <https://blog.hootsuite.com/converged-media-brito-part-1/>.
- Bruhn, M. (2014). *Unternehmens- und Marketingkommunikation: Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement*. 3. Auflage. München: Franz Vahlen.
- Bundesrat (1986). *Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 19. Dezember 1986 (SR 241)*. Bern: Schweizerische Eidgenossenschaft.

- Community (o.J.). In: *Duden (online)*. Abgerufen von <https://www.duden.de/node/774299/revisions/1341725/view>.
- Deloitte (2017). *Technology, Media and Telecommunications Predictions 2018*. London: The Creative Studio at Deloitte.
- Dschaak, M. (2017). *Instagram: Feed – Bedeutung, Idee und Plugin*. Abgerufen von <https://www.giga.de/downloads/instagram/specials/instagram-feed-bedeutung-idee-und-plugin/>.
- Erkan, I. & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 2016 (61), S. 47-55.
- Eugster, J. (2015). *Die ganze Welt des Online-Marketings*. November 2016. Wifimaku.com.
- Facebook (2018). Leitfaden für Facebook-Werbeanzeigen – Karussell Instagram-Feed. Abgerufen von <https://de-de.facebook.com/business/ads-guide/carousel/instagram-feed/traffic>.
- Faktenkontor. (o.J.). Haben Sie in den letzten 12 Monaten ein Produkt gekauft oder eine Dienstleistung in Anspruch genommen, weil Blogger oder YouTuber oder andere prominente Personen dafür geworben haben?. In: *Statista - Das Statistik-Portal*. Abgerufen am 14. April 2018 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/708566/umfrage/einfluss-von-influencern-auf-kaufentscheidung-nach-alter-in-deutschland/>.
- Fassmann, M. & Moss, C. (2016). *Instagram als Marketing-Kanal: Die Positionierung ausgewählter Social-Media-Plattformen*. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-14349-7.
- Follmer, S. (2017). *Instagram: Wie lange dürfen Videos sein?*. Abgerufen von https://praxistipps.chip.de/instagram-wie-lang-duerfen-videos-sein_44024.

- Foscht, T., Swoboda, B. & Schramm-Klein, H. (2017). *Käuferverhalten: Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen*. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-17465-1.
- Frommer, D. (2010). *Here's How To Use Instagram*. Abgerufen von <http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11>.
- Fuchs, D. (2017a). Casual Friday on a Thursday. In: *Instagram*. Abgerufen von https://www.instagram.com/p/BcaKexWakq8/?taken-by=magic_fox.
- Fuchs, D. (2017b). Streets of NYC. In: *Instagram*. Abgerufen von https://www.instagram.com/p/BaUdSXNg8Mm/?taken-by=magic_fox.
- Gallagher, A. (2018a). Bundled in @boss. In: *Instagram*. Abgerufen von <https://www.instagram.com/p/Bfb0BEplUtl/?taken-by=iamgalla>.
- Gallagher, A. (2018b). In: *Instagram*. Abgerufen von <https://www.instagram.com/p/BfYqwFlFyLH/?taken-by=iamgalla>.
- Heintze, R. (2017). *Social Media: Die Influence der Influencer – YouTuber und Blogger laufen TV- und Radiowerbung den Rang ab*. Abgerufen von <https://www.faktenkontor.de/presse-meldungen/social-media-die-influence-der-influencer/>.
- Hellenkemper, M. (2017). *Media Values In Influencer Marketing – Earned, Owned, and Paid Media Explained*. Abgerufen von <https://www.influencerdb.net/blog/media-values-earned-owned-paid-media/>.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumer to articulate themselves on the internet. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), S. 38-52.
- Herzog, J. (2017a). *Influencer Marketing: Auf was es wirklich ankommt!* Abgerufen von <https://blog.hslu.ch/diginect/2017/04/27/influencer-marketing-auf-was-es-wirklich-ankommt/>.

- Herzog, J. (2017b). *Influencer Marketing – Hype oder doch ein lukratives Geschäft für Unternehmen und Meinungsmacher?*. Abgerufen von <https://blog.hslu.ch/diginect/2017/12/04/influencer-marketing-hype-oder-doch-ein-lukratives-geschaeft-fuer-unternehmen-und-meinungsmacher/>.
- Hoffmann, D. (2017). *Insta-Stories: Alles, was Sie darüber wissen müssen!*. Abgerufen von <https://socialmedia-hoffmann.de/insta-stories-alles-was-du-darueber-wissen-musst/>.
- Huber, T. (2017). *So müssen Influencer Werbebeiträge auf Facebook und Instagram kennzeichnen*. Abgerufen von <https://www.tinkla.com/influencer-werbung-recht6529-2/>,
- Influencer Marketing Hub (o.J.). *What is an Influencer?*. Abgerufen von <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/>.
- Instagram (2018). *Wachstum für dein Unternehmen mit Instagram*. Abgerufen von <https://business.instagram.com/advertising/>.
- Instagram (o.J.a). Anzahl der monatlich aktiven Instagram Nutzer weltweit in ausgewählten Monaten von Januar 2013 bis September 2017 (in Millionen). In: *Statista - Das Statistik-Portal*. Abgerufen am 27. Februar 2018 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/300347/umfrage/monatlich-aktive-nutzer-mau-von-instagram-weltweit/>.
- Instagram (o.J.b) *Markierung und Erwähnung*. Abgerufen von <https://de-de.facebook.com/help/instagram/627963287377328?helpref=breadcrumb>.
- Instagram (o.J.c). *Tools für Markeninhalte auf Instagram*. Abgerufen von https://business.instagram.com/a/brandedcontentexpansion?locale=de_DE.
- Instagram (o.J.d). *Welche Fotos und Videos werden auf Hashtag-Seiten angezeigt?*. Abgerufen von https://help.instagram.com/355932664593846?helpref=faq_content.

Instagram (o.J.e). *Wie verwende ich Hashtags?*. Abgerufen von <https://help.instagram.com/351460621611097>.

Instagram Business-Team (2017). *Leidenschaft für Mode: Instagram und die Modewelt*. Abgerufen von <https://business.instagram.com/blog/where-passion-meets-fashion/>.

internetdo.com (o.J.). Prognose zur Anzahl der Smartphone-Nutzer weltweit von 2012 bis 2020 (in Milliarden). In: *Statista - Das Statistik-Portal*. Abgerufen am 27. Februar 2018 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/309656/umfrage/prognose-zur-anzahl-der-smartphone-nutzer-weltweit/>.

Jacoby, J. (2002). Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), S. 51-57.

Jahnke, M. (2018). Ist Influencer-Marketing wirklich neu). In: Jahnke, M. (Hrsg.) *Influencer Marketing – Für Unternehmen und Influencer: Strategien, Plattformen, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen*. S. 1-14. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-20854-7.

JUNG MUT (2015). *Infografik: Instagram als Interaktionstreiber*. Abgerufen von <http://blog.jungmut.com/2015/06/23/infografik-instagram-als-interaktionstreiber/#comments>.

Kamps, I., & Schetter, D. (2018). *Performance Marketing – Der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Marketing – Einführung in Instrumente, Methoden und Technik*. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-18453-7.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 2010 (53), S. 59-68.

Kim, L. (2015). *16 Eye-Popping Statistics You Need to Know About Visual Content Marketing*. Abgerufen von <https://www.inc.com/larry-kim/visual-content-marketing-16-eye-popping-statistics-you-need-to-know.html>.

- Klenner, J. (2017). *Instagram Brand Content Tool – Jetzt auch in Deutschland*. Abgerufen von <https://www.academy.blogfoster.com/instagram-branded-content-mehr-transparenz-auf-instagram/>.
- Klinser, L. (2016). Paid Media, Owned Media und Earned Media
In: Kammerzelt, H. & Wimmer, H. (Hrsg.). *Online Marketing – Grundlagen - Planung - Durchführung - Messung*. Baden: Nomos.
- Konativ (o.J.). In: *Duden (online)*. Abgerufen von <https://www.duden.de/node/658885/revisions/1655805/view>.
- Kontinuität (o.J.). In: *Duden (online)*. Abgerufen von <https://www.duden.de/node/684773/revisions/1621934/view>.
- Kreutzer, R. T. (2018). *Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-17912-0.
- Kroeber-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2013). *Konsumentenverhalten*. 10. Auflage. München: Franz Vahlen. DOI:10.15358/9783800646197_1.
- Lindner, R. (2012). *Milliardenübernahme: Facebook kauft Fotodienst Instagram*. Abgerufen von <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/milliardenuebernahme-facebook-kauft-fotodienst-instagram-11712630.html>.
- Lis, B. & Korchmar, S. (2013). *Digitales Empfehlungsmarketing: Konzeption, Theorien und Determinanten zur Glaubwürdigkeit des Electronic Word-of-Mouth (E-WOM)*. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-01008-9.
- Loomis, J. (2011). What's To Know About Hypothetical Bias In Stated Preference Valuation Studies?. *Journal of Economic Surveys*, 25(2), S. 363-370.
- Lucco, A., Rüeger, B., Ergenzinger, R., & Thommen, J. (2015). *Marketing: Konzepte – Instrumente – Aufgaben*. 3. Auflage. Zürich: Versus.

- Mayer, H. O. (2013). *Interview und schriftliche Befragung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung*. 6. Auflage. München: Oldenbourg.
- Mayring, P. & Fenzl, T. (2014). Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur, N. & Blasius J. (Hrsg.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. S. 543-558. Wiesbaden: Springer VS. DOI:10.1007/978-3-531-18939-0.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse – Grundlagen und Techniken*. 12. Auflage. Weinheim: Beltz.
- Mielau, M., & Schmiegelow, A. (2010). Markenführung in sozialen Medien – Neue Wege zum Konsumentenherz. In: Beisswenger, A. (Hrsg.). *YouTube und seine Kinder*. S. 106-121. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. DOI:10.5771/9783845221014.
- Nirschl, M. & Steinberg, L. (2018). *Einstieg in das Influencer Marketing – Grundlagen, Strategien und Erfolgsfaktoren*. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-19745-2.
- Pein, V. (2014). *Der Social Media Manager – Handbuch für Ausbildung und Beruf*. Bonn: Galileo Press.
- Pispers, R. & Dabrowski, J. (2011). *Neuromarketing im Internet: Erfolgreiche und hirngerechte Kundenansprache im E-Commerce*. Freiburg: Haufe.
- Reif, P. (2017). Happy kid #itsabikini. In: *Instagram*. Abgerufen von https://www.instagram.com/p/BdQaghJBWC_/?taken-by=pamela_rf.
- Reif, P. (2018). Casually chilling on my car. In: *Instagram*. Abgerufen von https://www.instagram.com/p/BeN05OnhMI7/?taken-by=pamela_rf.
- Runia, P. M., Wahl, A., Geyer, O. & Thewissen, C. (2015). *Marketing: Prozess- und praxisorientierte Grundlagen*. 4. Auflage. Berlin: De Gruyter Oldenbourg.

- Scholz, H. (2017). Social Networks: Funktionen, Marktstellung, Nutzung. In: Scholz, H. (Hrsg.). *Social goes Mobile – Kunden gezielt erreichen*. S. 3-14. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI:10.1007/978-3-658-16604-5.
- Schweizerische Lauterkeitskommission (2008). *Grundsätze: Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation*. Zürich: Schweizerische Lauterkeitskommission.
- Siegle, J. (2017). *Instagram hat 700 Millionen Nutzer*. Abgerufen von <https://www.nzz.ch/digital/social-media-instagram-hat-700-millionen-nutzer-ld.1289159>.
- Sieling, S. (2011). *Psychospiel Werbung: Heimliche Verführung zum Konsum*. Nordersted: Books on Demand.
- Social Media (o.J.). In: *Duden (online)*. Abgerufen von <https://www.duden.de/node/822718/revisions/1668750/view>.
- Springer Gabler Verlag (o.J.). Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: *Soziale Medien*. Abgerufen von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/569839/soziale-medien-v8.html>.
- Statista. (o.J.). Prognose der Umsätze mit Social-Media-Werbung in der Schweiz in den Jahren 2015 bis 2021 (in Millionen Euro). In: *Statista - Das Statistik-Portal*. Zugriff am 5. April 2018, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/457313/umfrage/umsaetze-mit-social-media-werbung-in-der-schweiz/>.
- Steiger, M. (2017). *10'500 Euro Bussgeld für deutschen Influencer: Was gilt in der Schweiz?*. Abgerufen von <https://steigerlegal.ch/2017/06/11/influencer-werbung-schweiz/>.
- Stimulus (o.J.). In: *Duden (online)*. Abgerufen von <https://www.duden.de/node/691510/revisions/1618338/view>.
- Tamblé, M. (2015). *Influencer Marketing: Was sind Influencer?*. Abgerufen von <http://www.influma.com/blog/influencer-marketing-was-sind-influencer/>.

- Tesseract, L. (2016). *Fashion brands struggling to find the right social influencers*. Abgerufen von <https://www.marketingweek.com/2016/01/27/youtubers-key-to-fashion-and-beauty-brands/>.
- Wassmer, S. (2017). *4 Gründe, weshalb Instagram so erfolgreich ist – und warum Ihr KMU das nutzen sollte*. Abgerufen von <https://www.webzunder.com/de/blog/4-gruende-weshalb-instagram-so-erfolgreich-ist-und-warum-ihr-kmu-das-nutzen-sollte/>.
- We Are Social. (o.J.a). Anzahl der Instagram-Nutzer nach Altersgruppen und Geschlecht weltweit im Januar 2018 (in Millionen). In: *Statista – Das Statistik-Portal*. Abgerufen am 27. März 2018 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/809703/umfrage/instagram-nutzer-nach-alter-und-geschlecht-weltweit/>.
- We Are Social (o.J.b). Ranking der größten sozialen Netzwerke und Messenger nach der Anzahl der monatlich aktiven Nutzer (MAU) im Januar 2018 (in Millionen). In: *Statista - Das Statistik-Portal*. Abgerufen am 5. März 2018 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/>.
- Weinberg, T., Pahrmann, C. & Ladwig, W. (2012). *Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co*. 3. Auflage. Köln: O'Reilly.
- Woods, B. (2013). *Instagram – A Brief History*. Abgerufen von <https://thenextweb.com/magazine/2013/06/21/instagram-a-brief-history/>.
- Woodworth, R. S. (1929). *Psychology: a Study of Mental Life*. New York: H. Holt and Co.

Anhang

Anhang 1: Interviewleitfaden

1. Einleitung Interviewer

Hallo mein Name ist Cedric.

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Vielen Dank dass du dich bereiterklärst hast, an diesem Interview teilzunehmen. Das Interview wird ungefähr 45 Minuten dauern. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zum einen Fragen zu Beiträgen von Influencern stellen, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Bitte antworte möglichst frei und ungezwungen.

2. Persönliche Merkmale

- (1) Instagram Nutzer seit (Jahr)
- (2) Geburtsjahrgang
- (3) Geschlecht
- (4) Interessen

3. Mode, Instagram und Influencer (Einstieg)

- (5) Aus welchem Grund nutzt du Instagram?
- (6) Kannst du mir gleich einmal live zeigen, wie du dich verhältst, wenn du die App öffnest?
- (7) Was für Beiträge likest du normalerweise?
- (8) Inwiefern interessierst du dich für Mode?
- (9) Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?
- (10) Kommt es auch vor, dass du dich auf Instagram inspirieren lässt?
- (11) Folgst du auf Instagram einer Person oder einem Konto, welches sich mit Mode befasst?
- (12) Folgst du einem Influencer auf Instagram?
- (13) Wenn ja, warum und wem? Wenn nein, warum?
- (14) Wie vielen Influencern folgst du etwa?

- (15) Hast du schon mal etwas gekauft, dass du bei einem Influencer gesehen hast?
- (16) Wenn ja, was und warum? Wenn nein, warum?
- (17) Kennst du Arten, wie Modeunternehmen mit Influencern zusammenarbeiten?

4. Influencer Beiträge

Ich werde dir nun verschiedene Beiträge zeigen und möchte, dass du diese jeweils ein paar Sekunden auf dich wirken lässt. Danach werde ich dir dazu ein paar Frage stellen.

Ersten Influencer Beitrag (1) zeigen (nicht bezahlt)

Bitte schau dir diesen Beitrag an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

- (18) Ich habe dir soeben einen Influencer Beitrag gezeigt. Kannst du mir erzählen was du darauf gesehen hast?
- (19) Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?
- (20) Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?
- (21) Was hat dir am Beitrag gefallen? Was nicht?
- (22) Was ist deiner Meinung nach der Grund des Influencers für solch einen Beitrag?
- (23) Kaufst du ihm ab, dass die präsentierte Kleidung auf dem Stil des Influencer beruht?
- (24) Wie wirkt der Beitrag auf dich?
- (25) Kannst du dich noch erinnern, welche Marken bei den Beiträgen vorgekommen sind? Wenn ja, welche?
- (26) Warum konntest du dir die Marke merken?
- (27) Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?
- (28) Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?
- (29) Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?
- (30) Würdest du etwas darauf kaufen? Wenn ja warum? Wenn nein, warum?

Zweiten Influencer Beitrag (2) zeigen (bezahlt)

Bitte schau dir diesen Beitrag an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

- (31) Ich habe dir soeben einen Influencer Beitrag gezeigt. Kannst du mir erzählen was du darauf gesehen hast?

- (32) Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?
- (33) Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?
- (34) Was hat dir am Beitrag gefallen? Was nicht?
- (35) Was ist deiner Meinung nach der Grund des Influencers für solch einen Beitrag?
- (36) Kaufst du ihm ab, dass die präsentierte Kleidung auf dem Stil des Influencer beruht?
- (37) Wie wirkt der Beitrag auf dich?
- (38) Kannst du dich noch erinnern, welche Marken bei den Beiträgen vorgekommen sind? Wenn ja, welche?
- (39) Warum konntest du dir die Marke merken?
- (40) Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?
- (41) Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?
- (42) Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?
- (43) Würdest du etwas darauf kaufen? Wenn ja warum? Wenn nein, warum?

Vergleich der Beiträge (1) und (2)

- (44) Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?
- (45) Bitte erkläre warum genau dieser Beitrag.
- (46) Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist. Warum ist dir das so aufgefallen?

Dritten Influencer Beitrag (3) zeigen (bezahlt)

Bitte schau dir diesen Beitrag an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

- (47) Ich habe dir soeben einen Influencer Beitrag gezeigt. Kannst du mir erzählen was du darauf gesehen hast?
- (48) Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?
- (49) Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?
- (50) Was hat dir am Beitrag gefallen? Was nicht?
- (51) Was ist deiner Meinung nach der Grund des Influencers für solch einen Beitrag?

- (52) Kaufst du ihm ab, dass die präsentierte Kleidung auf dem Stil des Influencer beruht?
- (53) Wie wirkt der Beitrag auf dich?
- (54) Kannst du dich noch erinnern, welche Marken bei den Beiträgen vorgekommen sind? Wenn ja, welche?
- (55) Warum konntest du dir die Marke merken?
- (56) Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?
- (57) Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?
- (58) Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?
- (59) Würdest du etwas darauf kaufen? Wenn ja warum? Wenn nein, warum?

Vierten Influencer Beitrag (4) zeigen (nicht bezahlt)

Bitte schau dir diesen Beitrag an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

- (60) Ich habe dir soeben einen Influencer Beitrag gezeigt. Kannst du mir erzählen was du darauf gesehen hast?
- (61) Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?
- (62) Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?
- (63) Was hat dir am Beitrag gefallen? Was nicht?
- (64) Was ist deiner Meinung nach der Grund des Influencers für solch einen Beitrag?
- (65) Kaufst du ihm ab, dass die präsentierte Kleidung auf dem Stil des Influencer beruht?
- (66) Wie wirkt der Beitrag auf dich?
- (67) Kannst du dich noch erinnern, welche Marken bei den Beiträgen vorgekommen sind? Wenn ja, welche?
- (68) Warum konntest du dir die Marke merken?
- (69) Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?
- (70) Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?
- (71) Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?
- (72) Würdest du etwas darauf kaufen? Wenn ja warum? Wenn nein, warum?

Vergleich der Beiträge (3) und (4)

- (73) Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?
- (74) Bitte erkläre warum genau dieser Beitrag.
- (75) Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist. Warum ist dir das so aufgefallen?

5. Schluss

- (76) Ist dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?
- (77) Wenn ja, warum? Wenn nein → Aufklärung durch mich (je zwei bezahlte und unbezahlte)
- (78) Erwecken solche Beiträge (bezahlte Partnerschaft / nicht bezahlt) bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest? z.B. schlechte Erfahrung mit Empfehlungen oder Partnerschaften? Wenn ja, bei welchen? Oder bei welchen nicht?
- (79) Fällt dir der Unterschied auch im Alltag auf, oder nur weil ich dich jetzt explizit danach gefragt habe?
- (80) Wie empfindest du solche Kooperationen?
- (81) Ändert sich etwas an deiner Einstellung, wenn du merkst, dass ein Influencer Geld bzw. kein Geld für einen Beitrag erhält?
- (82) Was findest du authentischer? Ein Beitrag mit oder ohne Kooperation?
- (83) Wie verändert sich das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass er dafür Geld erhalten hat?
- (84) Hast du schon einmal Absichten gehabt, etwas zu kaufen (Kleidung, Schuhe etc.), was dich auf Instagram durch einen Influencer angesprochen hat? **konativ**
- (85) Wenn ja → kannst du dich noch erinnern was? Waren diese Beiträge bezahlt oder nicht?
- (86) Macht es einen Unterschied ob ein Beitrag bezahlt oder nicht bezahlt ist, damit du die Absicht hast, etwas zu erwerben?
- (87) Was muss deiner Meinung nach ein solcher Beitrag haben bzw. nicht haben, damit er dich anspricht und du etwas erwerben möchtest?

Anhang 2: Unbezahlter Beitrag (1) von @pamela_rf



Abbildung 5: Unbezahlter Beitrag (1) von @pamela_rf ohne Markierung (Reif, 2017)



Abbildung 6: Unbezahlter Beitrag (1) von @pamela_rf mit Markierung (Reif, 2017)

Anhang 3: Bezahlter Beitrag (2) von @pamela_rf



Abbildung 7: Bezahlter Beitrag (2) von @pamela_rf ohne Markierung (Reif, 2018)



Abbildung 8: Bezahlter Beitrag (2) von @pamela_rf mit Markierung (Reif, 2018)

Anhang 4: Bezahlter Beitrag (3) von @xeniaoverdose



Abbildung 9: Bezahlter Beitrag (3) von @xeniaovertose ohne Markierung (Adonts, 2018b)



Abbildung 10: Bezahlter Beitrag (3) von @xeniaovertose mit Markierung (Adonts, 2018b)

Anhang 5: Unbezahlter Beitrag (4) von @xeniaoverdose



Abbildung 11: Unbezahlter (4) Beitrag von @xeniaoverdose ohne Markierung (Adonts, 2018a)

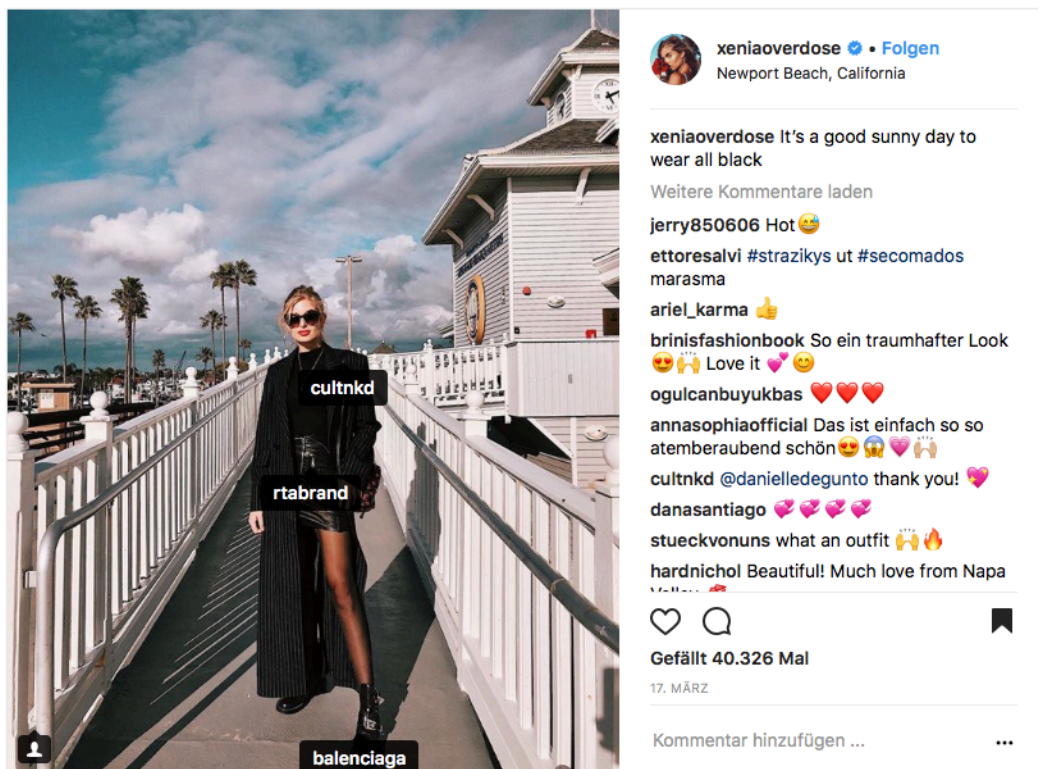


Abbildung 12: Unbezahlter Beitrag (4) von @xeniaoverdose mit Markierung (Adonts, 2018a)

Anhang 6: Unbezahlter Beitrag (1) von @magic_fox



Abbildung 13: Unbezahlter Beitrag (1) von @magic_fox ohne Markierung (Fuchs, 2017a)



Abbildung 14: Unbezahlter Beitrag (1) von @magic_fox mit Markierung (Fuchs, 2017a)

Anhang 7: Bezahlter Beitrag (2) von @magic_fox



Abbildung 15: Bezahlter Beitrag (2) von @magic_fox ohne Markierung (Fuchs, 2017b)



Abbildung 16: Bezahlter Beitrag (2) von @magic_fox mit Markierung (Fuchs, 2017b)

Anhang 8: Bezahlter Beitrag (3) von @iamgalla



Abbildung 17: Bezahlter Beitrag (3) von @iamgalla ohne Markierung (Gallagher, 2018a)



Abbildung 18: Bezahlter Beitrag (3) von @iamgalla mit Markierung (Gallagher, 2018a)

Anhang 9: Unbezahlter Beitrag (4) von @iamgalla



Abbildung 19: Unbezahlter Beitrag (4) von @iamgalla ohne Markierung (Gallagher, 2018b)

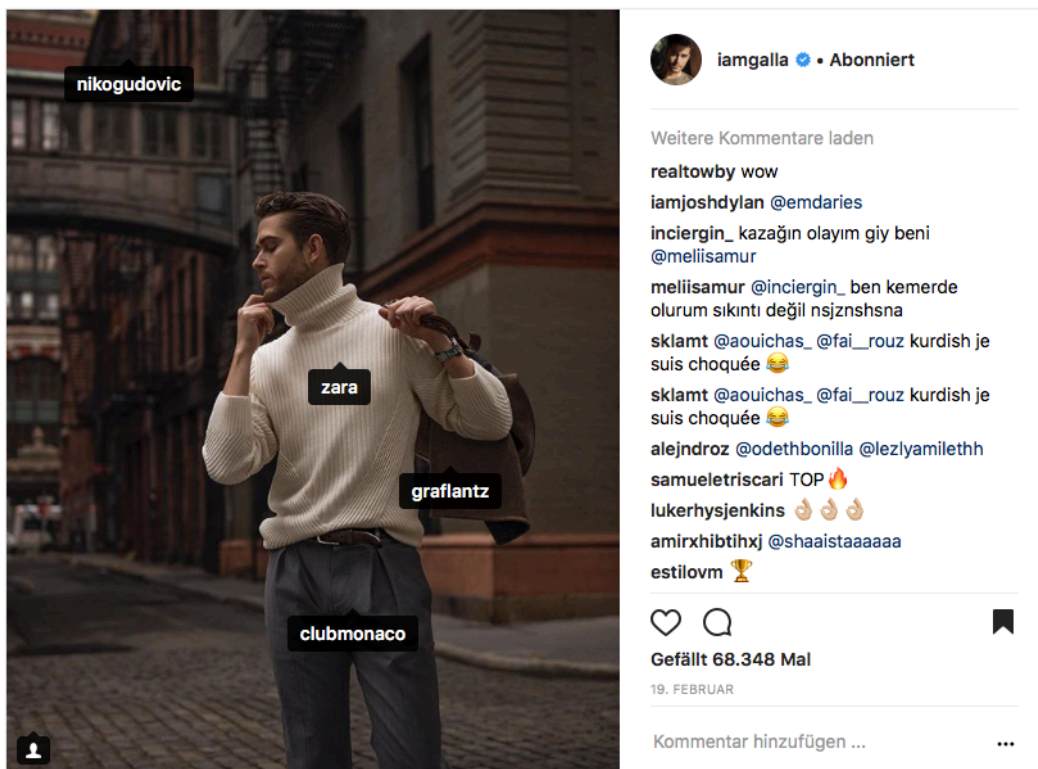


Abbildung 20: Unbezahlter Beitrag (4) von @iamgalla mit Markierung (Gallagher, 2018b)

Anhang 10: Transkription Interview mit Proband A

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 31. März 2018, 15:00-16:05 Uhr

Teilnehmer: Proband A, Cedric Tanner

Legende:

- **P.A.** = Proband A
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.A.: Ungefähr seit 2013.

C.T.: Dein Geschlecht ist männlich, oder?

P.A.: Ja.

C.T.: Kannst du mir noch kurz deine Interessen sagen, allgemein für was du dich interessierst?

P.A.: Mode, Literatur und Sport.

C.T.: Nun zu Beginn des Interviews habe ich ein paar grundlegende Fragen an dich. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.A.: Ich benutze es, weil mir manchmal langweilig ist, aber auch als Inspiration. Vor allem im Bereich Mode findet man sehr viele Beiträge, welche einem inspirieren.

C.T.: Kannst du mir gleich einmal live zeigen, wenn du schon dein Handy gleich hier hast, wie du dich auf Instagram verhältst? Also was du normalerweise machst, wenn du die App öffnest.

P.A.: Ja meistens gehe ich auf das «Häuschen». Hier sehe ich einfach mehrheitlich Beiträge von den Leuten die ich kenne. Und da sehe ich weniger interessante Inhalte. Was ich interessant finde ist die zweite Option bei welcher man auf Personen stösst, welche man nicht kennt. Die meiste Zeit verbringe ich eigentlich auf diesem Interface auf Instagram.

C.T.: Was für Beiträge «likest» du normalerweise auf Instagram? Um was geht es bei den Bildern, welche du «likest»?

P.A.: Das können wir eigentlich gleich zusammen anschauen. Meistens sind es Bilder aus meinem Kollegenkreis, aber auch von Modebloggern, welchen ich folge. Urlaubsfotos, Lifestyle Bilder und Tierfotos «like» ich auch noch oft.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich denn für Mode?

P.A.: Mode ist ein Bestandteil von meinem Leben. Ich identifiziere mich mit der Mode und finde das eine gute Art sich ausdrücken zu können. Damit kann man schon fast «Statements» setzen. Es wird auch nie langweilig und es wechselt immer.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.A.: Ja meistens schon auf Instagram – also eigentlich nur auf Instagram.

C.T.: Du hast erwähnt, dass du auf Instagram Konten folgst, welche sich mit Mode befassen. In diesem Fall folgst du auch Influencern?

P.A.: Ja.

C.T.: Kannst du mir sagen warum?

P.A.: Weil ich es cool finde, dass sie so aktiv auf Instagram sind, dass sie immer wieder neue Fotos posten und weil ich mich durch sie inspirieren lasse. Bspw. wie ich ein paar Hosen kombinieren kann.

C.T.: Wie vielen Influencern folgst du in etwa? Du kannst auch nur schätzen.

P.A.: Ich würde sagen es sind etwa vier. Und alles Männer.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast? In Bezug auf Kleider.

P.A.: Ja also direkt genau das gleiche nicht, weil es meistens schwierig zu finden ist, was sie tragen (...). Aber es gibt auch Kleider, welche ich gekauft habe, weil ich sie durch Influencer gefunden habe. Auf jeden Fall wurde ich schon durch Influencer auf die Homepage von Modelabeln geleitet und habe dort etwas gefunden was mir gefällt.

C.T.: Kennst du auch Arten, wie Unternehmen mit Influencern zusammenarbeiten können?

P.A.: (...). Ich glaube den Influencern werden Kleider zugeschickt und diese stellen dann nur die Kleider online, welche zu ihnen passen bzw. ihnen gefallen. Also allen Influencern, welchen ich folge haben eigentlich einen ähnlichen Style und ich folge ihnen, weil mir ihr Style gefällt. Ich glaube vieles ist quasi Vorbesprochen, aber ich bin nicht der Meinung, dass sie alles werben.

C.T.: Ich werde dir nun Beiträge zeigen und ich möchte, dass du sie ein paar Sekunden auf dich wirken lässt. Danach werde ich dir dann ein paar Fragen dazu stellen. Es geht um diesen Beitrag. Gib mir Bescheid, wenn du so weit bist.

P.A.: (...). Gut, ich bin bereit.

C.T.: Super, nun kannst du mir bitte kurz beschreiben, was du auf dem Beitrag gesehen hast?

P.A.: Ein schönes Outfit, welches ich selber auch so kombinieren bzw. kaufen würde. Im Hintergrund habe ich ein grosses, modernes Gebäude gesehen, was auf mich wirkt,

als ob er direkt von einem Business Meeting kommen würde. Er hat ziemlich elegant ausgesehen, aber auch sportlich.

C.T.: Was ist dir sonst noch durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.A.: Ich habe mir ehrlich gesagt überlegt, ob ich zu Hause auch solche weissen Schuhe habe. Ich finde auch die Hosen, welche er trägt sehr «cool» und würde sie gerne kaufen. Den Schaal habe ich auch schön gefunden.

C.T.: Was hat dir am gezeigten Beitrag gefallen?

P.A.: Eigentlich alles. Ich finde es ein gelungenes Bild und hätte es auch «geliket».

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.A.: Würde ich so nicht sagen, nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum er diesen Beitrag geteilt hat?

P.A.: Ich glaube, dass dies einfach seiner Person entspricht und er sich authentisch verkörpert. Also auf mich wirkt es sehr authentisch.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass diese Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.A.: Ja ich hätte gesagt, dass er im privaten Alltag auch so rumläuft. Er wirkt auf mich nicht verkleidet.

C.T.: Du hast gerade eben authentisch erwähnt. Findest du diesen Beitrag in diesem Fall authentisch bzw. glaubwürdig?

P.A.: Ja ich finde einfach seine Person passt zu diesem Beitrag und die ganze Erscheinung ist authentisch.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.A.: Zara ist glaub ich darauf gewesen. Den Rest weiss ich jetzt nicht mehr, da ich mich nicht so auf die Marken fokussiert habe.

C.T.: Genau, Zara ist vorgekommen. Warum hast du dich nicht darauf geachtet?

P.A.: Ich habe eher das Outfit als Ganzes angeschaut und nicht die Labels, welche dahinterstehen (...). Meistens werden die Marken auf dem Beitrag verlinkt (...).

C.T.: Warum konntest du dir die Marke Zara merken?

P.A.: Einerseits, weil ich sie gut kenne und mir der Name direkt aufgefallen ist. Andererseits, weil ich selber Zara Kunde bin und darum diese Verbindung relativ schnell passiert ist. Ein weiterer Punkt ist, dass Zara genau in der Mitte des Bildes markiert worden ist und mir auch dieses Kleidungsstück (Schal) am Besten gefallen hat.

C.T.: Es waren noch weitere Marken wie Karl Lagerfeld, Valentino und Selected auf dem Bild markiert. Sind dir diese nicht aufgefallen?

P.A.: Ich glaube in meinem Unterbewusstsein habe ich diese schon wahrgenommen, habe sie aber wahrscheinlich gleich wieder vergessen, da ich mir keine Kleidung von bspw. Karl Lagerfeld leisten kann. Also ich glaube das passiert im Unterbewusstsein automatisch. Ich nehme explizit wahr, wo ich sehe, dass ich da eine Chance innerhalb dieser Preisklasse habe als Student. Karl Lagerfeld ist ein Brand, den ich kenne und mir auch gefällt, aber spannend ist, dass ich es in diesem Fall automatisch wieder verdrängt habe.

C.T.: Zara ist dir ja aufgefallen – wie ist dir die Marke dadurch aufgefallen?

P.A.: Eigentlich ziemlich positiv. Wenn ich das nächste Mal bei Zara bin, werde ich vielleicht das Bild von (...) Magic Fox im Kopf haben. Dann würde ich wahrscheinlich nach einem Outfit suchen, dass diesem entspricht, welches ich gerade eben gesehen habe.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag auf die Marke bei dir? Gibt es einen Einfluss?

P.A.: Ja, also es wertet Zara ein bisschen auf. Wenn ich sehe, dass so ein berühmter Blogger, dem ich folge und ich quasi als «Vorbild» sehe in punkto Mode Kleider von diesem Hersteller trägt, wirkt es auf mich so, dass ich das auch möchte. Es wertet den Brand schon ein bisschen auf.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.A.: Ich würde ihn liken.

C.T.: Würdest du auch etwas darauf kaufen?

P.A.: Ja ich würde wahrscheinlich das ganze Outfit so nachkaufen.

C.T.: Weil es dir einfach gefallen hat?

P.A.: Ja genau. Ich habe mir vorher auch überlegt, ob ich solche Schuhe schon habe oder nicht. Mir ist dann automatisch eingefallen, dass ich auch solche ähnlichen Schuhe habe und ich sie eigentlich nur noch mit den Hosen kombinieren müsste, welche er trägt. Elemente, welche mir fehlen, würde ich kaufen (...).

C.T.: Gut, dann kommen wir nun zum nächsten Beitrag. Du kannst ihn wieder kurz anschauen und mir Bescheid geben, wenn du soweit bist.

P.A.: Gut, ich bin soweit (...).

C.T.: Du hast einen weiteren Beitrag von diesem Influencer gesehen. Kannst du mir erneut sagen, was du darauf gesehen hast?

P.A.: Jetzt fällt mir sehr die Stadt im Hintergrund auf, Urban Lifestyle. Mit dem kann ich mich auch identifizieren, casual, urban und das Stadtleben. Wiederum sehe ich ihn, wie er in dieser Stadt ein Statement setzt mit seiner Mode.

C.T.: Was ist dir sonst noch aufgefallen bzw. durch den Kopf gegangen?

P.A.: Wie der Mann die Strasse überquert. Ich finde es ein gelungenes Foto.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen? Was nicht?

P.A.: Dieses Mal hat mir die Stadt im Hintergrund gefallen, jedoch die Klamotten, welche er trug eher nicht so.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund, warum er in geteilt hat?

P.A.: Ich glaube hier geht es eher um die Vermittlung seines Lifestyles. Er kann damit auf seine Person aufmerksam machen und gleichzeitig für ein Label werben. Vielleicht nicht mit einem spezifischen Produkt, aber mit dem Label und dem damit verbundenen Lifestyle.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die präsentierten Kleider auf dem Stil des Influencers beruhen?

P.A.: Ja. Also ich glaub der Stil einer Person variiert von Situation zu Situation. Beim anderen Bild war er vor einem Business Hotel und das kam mir dann ein bisschen mehr Business mässig vor. Auf diesem Bild wirkt es für mich mehr freizeitlich (...).

C.T.: Wirkt der Beitrag auf dich authentisch bzw. glaubwürdig?

P.A.: Ja eigentlich schon authentisch.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke vorgekommen ist?

P.A.: Ich glaube es kam Prada und GQ vor.

C.T.: Ja stimmt, aber GQ ist nur ein Magazin. Warum konntest du dir die Marke merken?

P.A.: Weil ich sie schon gekannt habe.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.A.: Ich würde sagen von neutral bis positiv. (...) Prada steht für mich für Grossstadt und ich denke er ist auf dem Bild irgendwo in Amerika. Es symbolisiert für mich diesen Lifestyle in einer Modemetropole. Ich bin eigentlich schon eher positiv überrascht von diesem Beitrag.

C.T.: Welchen Einfluss hat dieser Beitrag auf die Marke?

P.A.: Eigentlich einen Guten. Ich habe das Gefühl, dass er quasi die Stadt mit Prada verbinden möchte (...). Durch das suggeriert er, dass wenn man ein Kleidungsstück dieser Marke kauft, dass man ebenfalls den Lifestyle dieser Marke mit kauft. Es ist

nicht einfach nur ein Bild einer Jacke von Prada – ich weiss jetzt nicht genau welches Stück von Prada ist – aber es gibt einem einfach das Gefühl, dass man ein bisschen Lifestyle mit kauft. Der Hintergrund wirkt auf mich sehr stark.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.A.: Ich würde ihn vielleicht liken, jedoch nicht gleich sofort. Ich würde den anderen Beitrag vorher liken, weil ich das andere Bild natürlicher finde (...). Ich kann nicht genau sagen wieso – es passiert einfach.

C.T.: Würdest du etwas kaufen von diesem Beitrag?

P.A.: Eher weniger. Vielleicht so eine Jacke. Das wäre jetzt so ein klassischer Beitrag, den ich benutzen würde, um mich inspirieren zu lassen. Ich sehe, dass er ein schwarzes T-Shirt mit einer schwarzen Hose trägt und dann etwas Braunes darüber. Dann würde ich einfach zu Hause schauen, was habe ich für Kleider um ein Outfit zusammenzustellen, dass in etwa so aussieht. Nicht unbedingt um mir etwas zu kaufen, sondern mehr um mich inspirieren zu lassen.

C.T.: Gut, dann kommen wir nun zum Vergleich von den Beiträgen, welche ich dir gezeigt habe. Du kannst diese zwei Beiträge nochmal kurz anschauen, wenn du möchtest. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden? Bzw. wo kommt für dich die Marke besser zur Geltung?

P.A.: Auf jeden Fall auf dem ersten Beitrag, weil man die Produkte, welche er trägt, besser sieht. Man kann den Beitrag anklicken und man sieht genau, welche Kleidungsstücke von welcher Marke sind (...). Also ich kann mir hier ein gutes Bild machen, welches Produkt mir gefällt und wo ich es herbekomme. Beim anderen Beitrag ist es mehr der Lifestyle, den man mit der Marke verbindet. Ich weiss jetzt nicht genau, ob die Jacke von Prada ist oder das ganze Outfit oder nur die Schuhe. Es halt einfach besser beschrieben auf dem ersten Beitrag. Ja und die Kleider sind auf dem ersten Beitrag auch besser in Szene gesetzt worden.

C.T.: Gut, dann habe ich nochmal eine Frage zum Vergleich. Kannst du mir sagen bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.A.: Mit einem oder mit mehreren Unternehmen?

C.T.: Kommt nicht darauf an.

P.A.: Ich würde sagen bei beiden Beiträgen ist eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden. Ich habe mehr das Gefühl, dass beim zweiten Beitrag eine Kooperation in dem Sinn da ist, weil er eben nicht für ein bestimmtes Produkt wirbt, sondern für einen Lifestyle. Beim ersten Beitrag ist es jedoch auch offensichtlich, da er da jegliche Marken verlinkt. Darum würde ich bei beiden Beiträgen meinen, dass eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist. Beim zweiten Beitrag denke ich, dass direkt eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist, da noch ein Modemagazin darauf verlinkt ist. Beim ersten Beitrag könnte es nämlich auch sein, dass er sich einfach so im Alltag gekleidet hat und dann ein schönes Foto entstanden ist und er verlinkt hat, von wo er die Klamotten hat, aber auch in Kooperation mit den Unternehmen.

C.T.: Was spricht dich im direkten Vergleich mehr an?

P.A.: Auf jeden Fall der erste Beitrag.

C.T.: Dann machen wird nun das Ganze noch einmal mit einem anderen Influencer. Du kannst dir diesen Beitrag anschauen und mir sagen, wenn du bereit bist.

P.A.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen weiteren Beitrag eines Influencers gesehen. Das ist Adam Gallagher. Kannst du mir sagen, was du auf diesem Beitrag gesehen hast?

P.A.: Ich habe eine Brücke gesehen und ihn, wie er sich und sein Outfit präsentiert.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast und was ist dir sonst noch aufgefallen?

P.A.: Dass er schöne Klamotten anhat. Auch hier ist mir der Hintergrund wieder aufgefallen. Die Inszenierung vom ganzen Foto. Er befindet sich ja gerade auf einem Stein am See. Ich gehe davon aus, dass das Foto so gewollt ist, weil es nicht wie eine Alltagssituation auf mir wirkt. Es sieht für mich gestellt aus.

C.T.: Was hat mir am Beitrag gefallen, was nicht?

P.A.: Gefallen hat mir.... Ich weiss nicht. Das Outfit entspricht nicht meinem Geschmack. Darum würde ich bei diesem Beitrag einfach weiterscrollen.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach bei diesem Beitrag der Grund, warum er geteilt wurde?

P.A.: Ich glaube, das ist eindeutig eine bezahlte Partnerschaft.

C.T.: Kannst du mir erklären warum?

P.A.: Ja wie schon gesagt, es wirkt auf mich einfach sehr inszeniert und nicht authentisch. Es ist keine Alltagssituation, welche da abgelichtet wurde. Er befindet sich auf einem Stein direkt am Wasser und ich denke er musste extra dahinklettern. Es wirkt einfach nicht authentisch auf mich. Daher gehe ich davon aus, dass dies eine bezahlte Partnerschaft ist.

C.T.: Okay, wie kommst du denn jetzt auf den Begriff «bezahlte Partnerschaft»?

P.A.: Ja es ist so, dass gewisse Blogger quasi ihre Beiträge als bezahlte Partnerschaften markieren. Man kennt es auch aus den News, da es lange debattiert wurde, ob sie dies dürfen, ob solche Partnerschaften erlaubt sind und ob sie diese angeben müssen oder nicht.

C.T.: Du hast eben gesagt, es wirkt auf dich eher inszeniert. Meine nächste Frage lautet, ob du ihm abkaufst, dass diese Klamotten auf seinem Kleidungsstil beruhen.

P.A.: Nein, ich finde nicht.

C.T.: Warum nicht?

P.A.: Ich kaufe es ihm nicht ab, weil die Kleider auf mich neu und ungetragen wirken. Es wirkt einfach auf mich wie ein Foto in einem Katalog, mit welchem man Werbung macht (...). Es wirkt auf mich auch nicht so, als ob er sich in den Klamotten wohl fühlt. Vielleicht irre ich mir aber auch.

C.T.: Dann gehe ich nochmal kurz einen Schritt zurück. Warum hat er diesen Beitrag geteilt?

P.A.: Ich glaube, dass er dafür Geld erhalten hat. Das ist ja so ein bisschen ihr Business. Sie gehen mit Marken Partnerschaften ein und teilen dann immer wieder ein Foto. Ich glaube schon, dass das einfach eine Partnerschaft ist, welche bezahlt ist. Die Gegenpartei wollte wahrscheinlich, dass er einen Lifestyle vermittelt. Dies ist aber nicht so gelungen meiner Meinung nach.

C.T.: Gut, dann gleich überleitend zu der nächsten Frage betreffend der Authentizität/Glaubwürdigkeit. Ist diese gegeben oder nicht?

P.A.: Wie schon gesagt, meiner Meinung nach ist es nicht sehr authentisch. Es ist nicht so, dass es ein Bild ist, welches ich noch nie gesehen habe, aber es gibt mir nicht das Gefühl, dass es mir passen würde.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.A.: Ja, das war Hugo Boss.

C.T.: Warum ist dir das aufgefallen?

P.A.: Einerseits, weil es sehr in Szene gesetzt worden ist. Es ist mir gleich aufgefallen, weil das ganze Bild auf mich sehr inszeniert wirkt. Auch wenn ich auf die Markierung klicke, werde ich gleich auf die Seite von Hugo Boss geleitet. Oben am Bild sieht man ebenfalls «bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss». Eindeutiger geht es fast nicht mehr.

C.T.: Wird die Marke durch den Beitrag eher positiv oder negativ beeinflusst?

P.A.: Auf mich wirkt die Marke dadurch ein bisschen negativ. Ich finde Hugo Boss ist allgemein schon eine Marke, welche nicht mehr so «in» ist und durch das, dass das Bild sehr inszeniert ist, wirkt das auf mich krampfhaft. In dem Sinne, dass sie einem etwas aufzwingen wollen, was sie eigentlich gar nicht sind. Durch das, dass ich sowieso schon ein Bild von Hugo Boss habe, welches nicht sehr positiv ist, kombiniert mit dem Beitrag gibt das halt einfach einen negativen Eindruck.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.A.: Ich würde ihn kurz anschauen, dann aber weiterscrollen. Ich würde nicht gross auf das eingehen.

C.T.: Und etwas kaufen darauf?

P.A.: Eher weniger, nein.

C.T.: Dann kommen wir noch zum letzten Beitrag. Du darfst ihn wieder anschauen und mir sagen, wann du bereit bist.

P.A.: Ja.

C.T.: Das gleiche noch einmal. Ich habe dir erneut einen Beitrag vom gleichen Influencer Adam Gallagher gezeigt. Kannst du mir auch hier sagen, was du darauf gesehen hast?

P.A.: Da habe ich wieder eine Stadt gesehen bzw. ein Industriegebiet. Einen sehr schönen Pullover.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas durch den Kopf gegangen?

P.A.: Nein.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen, was weniger?

P.A.: Mir hat der Pullover gefallen.

C.T.: Was nicht?

P.A.: Weniger haben mir die Hosen gefallen.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach bei diesem Beitrag der Grund, warum er diesen mit seinen Followern geteilt hat?

P.A.: Ich glaube das ist einfach ein Foto, welches er aus einer Alltagssituation hochgeladen hat.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Kleiderstil beruhen?

P.A.: Ja, denn ich folge diesem Follower und finde, dass diese Klamotten seinem Stil entsprechen.

C.T.: Wirkt dieser Beitrag auf dich authentisch/glaubwürdig?

P.A.: Ja, ich finde der Beitrag wirkt authentisch. Ich würde jetzt nicht sagen, dass er nicht gestellt wirkt, aber ich denke er läuft immer so rum und hat sich dementsprechend so fotografieren lassen (...). Es wirkt auf mich auf jeden Fall authentischer als der andere Beitrag.

C.T.: Kannst du dich erinnern, welche Marken vorgekommen sind?

P.A.: Zara und Andere, aber die Anderen kenne ich nicht.

C.T.: Du hast sie wahrgenommen, aber dir nicht merken können?

P.A.: Genau.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke Zara merken? Bzw. warum konntest du dich nicht an die anderen Marken erinnern?

P.A.: Zara ist mir ins Auge gestochen, weil mir der Pullover der Marke sehr gefällt. Wenn ich mich richtig erinnere, ist Club Monaco noch auf dem Beitrag markiert gewesen. Da finde ich, dass die Hose gut in Szene gesetzt ist, aber mir die Hose nicht gefällt. Ich bin mir nicht sicher ob es wirklich Club Monaco war, wahrscheinlich, weil mir die Hose nicht gefällt.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.A.: Positiv eigentlich.

C.T.: Welcher Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marken?

P.A.: Einen positiven Einfluss. Ich finde das Bild ist ziemlich gelungen und wenn jetzt jemand ein Produkt schön findet, wird er sicher das Produkt suchen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.A.: Ich würde den Beitrag liken und mich über die Produkte informieren.

C.T.: Würdest du auch etwas kaufen, das du auf dem Beitrag siehst?

P.A.: Ja.

C.T.: Warum und was?

P.A.: Ich würde wahrscheinlich den Pullover kaufen (...). Den Rucksack sehe ich leider nicht gut, weil er nicht gut in Szene gesetzt worden ist.

C.T.: Vergleichen wir nun die letzten beiden Beiträge miteinander. Auf welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.A.: Beim zweiten.

C.T.: Kannst du mir sagen warum?

P.A.: Der zweite Beitrag wirkt schon auch ein bisschen inszeniert, jedoch nicht krampfhaft inszeniert. Vielleicht liegt es daran, dass mehrere Marken auf dem Beitrag markiert sind und mir dadurch gezeigt, dass man verschiedene Marken miteinander kombinieren kann (...).

C.T.: Kannst du mir sagen, ob und bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.A.: Ich denke beim ersten Beitrag ist auf jeden Fall mit Hugo Boss eine Kooperation entstanden, da eine «bezahlte Partnerschaft» markiert worden ist. Beim zweiten Beitrag bin ich mir nicht sicher.

C.T.: Ich habe jetzt noch ein paar Abschlussfragen zum Interview. Ist dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.A.: Ich würde sagen ja. Ich weiss nicht ob ich es richtig zugeordnet habe, aber ich würde sagen, dass jeweils der zweite Beitrag, den du mir gezeigt hast, der Bezahlte war.

C.T.: Okay und warum hast du diese Empfindung?

P.A.: Weil halt einfach die Bilder an sich viel inszenierter wirken.

C.T.: Bei den Bezahlten?

P.A.: Genau.

C.T.: Dann werde ich dich nun kurz aufklären. Beim ersten Beitrag, welchen ich dir gezeigt habe, ist keine bezahlte Partnerschaft entstanden. Es existiert nirgends auf dem Beitrag einen Hinweis, dass eine Bezahlung durch ein Unternehmen erfolgte. Aus rechtlichen Gründen müssten Influencer eine Werbung/Partnerschaft angeben. Weder oben am Bild noch in der Bildbeschreibung ist etwas von einer Partnerschaft oder einer Werbung vermerkt. Beim zweiten Beitrag ist gleich oberhalb des Bildes vermerkt, dass es sich dabei um eine bezahlte Partnerschaft handelt. Ich habe gemerkt, dass dir der Unterschied zwischen den Beiträgen von Magic Fox nicht wirklich aufgefallen ist. Jedoch bei den zweiten zwei Beiträgen von Adam Gallagher ist dir der Unterschied direkt aufgefallen. Du hast vorhergesagt, dass jeweils bei den zweiten Beiträgen eine bezahlte Partnerschaft ist. Ich denke aber, dass du dich dabei falsch ausgedrückt hast, da du bei Adam Gallagher die bezahlte Partnerschaft eigentlich sofort entdeckt hast.

P.A.: Ja ich habe mich geirrt und falsch erinnert. Aber ich finde es noch schwer zu sagen, wo eine Partnerschaft entstanden ist und wo nicht. Aber bei Adam Gallagher habe ich ja eigentlich sofort bemerkt, dass da eine Kooperation gewesen ist. Es hat einfach bezahlt auf mich gewirkt (...). Bei Magic Fox hätte ich jetzt nicht wirklich sagen können, welcher bezahlt ist und welcher nicht. Ich merke schon, dass der zweite bei Magic Fox viel inszenierter ist und daher bezahlt ist, aber ich hätte jetzt nicht überzeugt sagen können, dass der Erste überhaupt nicht bezahlt ist. Aber jetzt als User macht es mir nichts aus, wenn ich merke ob es ein bezahlter oder unbezahlter Beitrag ist. Wenn mir ein Produkt gefällt möchte ich es kaufen, egal ob es ein bezahlter oder ein unbezahlter Beitrag ist. Es wirkt auf mich einfach sympathischer, wenn ein Influencer einen Beitrag ohne Bezahlung teilt. Im Unterbewusstsein wird es mich wahrscheinlich schon ein bisschen beeinflussen. Das kann ich jetzt nicht genau sagen.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen auch im Alltag auf, oder nur weil ich dich jetzt explizit darauf angesprochen habe?

P.A.: Ehrlich gesagt achte ich mich überhaupt nicht auf das. Bspw. beim ersten Beitrag von Magic Fox achte ich mich eher auf die Marken, welche verlinkt sind. Ich überlege mir dann, ob und wo ich das Produkt nachkaufen kann. Ich schaue nicht wirklich darauf, ob es eine bezahlte Partnerschaft ist oder nicht. Manchmal sehe ich schon Fotos und empfinde sie als sehr inszeniert. (...). Ich bin nicht auf diese Partnerschaften fokussiert, wenn ich auf Instagram bin.

C.T.: Wie empfindest du solche Kooperationen, wenn du sie bemerkst?

P.A.: Jetzt als du mich darauf aufmerksam gemacht hast, empfinde ich es ein bisschen gestellt, aber ich würde nicht sagen, dass es abneigend auf mich wirkt. Beim einen Beitrag gefallen mir einfach die Klamotten nicht, aber das liegt nicht an der bezahlten Partnerschaft. Entweder mir gefällt das Produkt, oder es gefällt mir nicht. Wenn es mir nicht gefällt und dann sehe, dass der Influencer bezahlt wurde dann kann es sich schon ein bisschen schlecht auf die Marke auswirken. Wenn ich bspw. an einem Hugo Boss Laden vorbeilaufe, kann es sein, dass ich denke, dass mir dort sowieso nichts gefallen wird. Würdest du mich nicht explizit danach fragen, würde ich wahrscheinlich den Beitrag eine halbe Sekunde lang anschauen und dann weiter scrollen.

C.T.: So wie ich dich jetzt verstehe, kommt es für dich nicht darauf an, ob ein Beitrag bezahlt oder unbezahlt ist. Dir kommt es vor allem auf die Kleider an. Verstehe ich das richtig?

P.A.: Genau. Grundsätzlich kommt es mir mehr darauf an, was sie tragen und ob es mir gefällt. Wenn es mir nicht gefällt, dann scrolle ich einfach weiter und achte überhaupt nicht darauf, ob der Beitrag bezahlt oder unbezahlt war. Ob mir ein Beitrag gefällt, wird für mich unter anderem bestimmt, ob der Beitrag authentisch ist. Ich folge ja einem Influencer, weil mir sein gesamtes Erscheinungsbild gefällt. Wenn ein Beitrag kommt, welcher überhaupt nicht reinpasst, fällt mir das schon negativ auf. Aber nur weil es nicht in das Gesamtbild passt. Klar kann es sein, dass mal ein Influencer Klamotten trägt, welche mir überhaupt nicht gefallen. Ich orientiere mich dann einfach nicht daran.

C.T.: Ändert sich etwas an deiner Einstellung, wenn du merkst, dass ein Influencer dafür Geld erhalten hat? Oder macht es für dich keinen Unterschied?

P.A.: Ja grundsätzlich muss mir nur das Produkt gefallen. Es sind gute Fragen, die du mir stellst. Ich glaube das passiert alles im Unterbewusstsein. Ich folge einem Influencer, weil ich seinen Lifestyle cool finde und mich sein Kleidungsstil inspiriert. Wenn ich merke, dass alles völlig inszeniert ist und sich der Influencer mit den geworbenen Klamotten nicht identifiziert, dann kann ich mich auch nicht damit identifizieren. Dies aufgrund, da er ein gewisses «Vorbild» für mich ist und wenn es ihm nicht steht, steht es mir auch nicht. Soweit habe ich aber ehrlich gesagt noch nie überlegt. Ich kann aus Überzeugung sagen, dass wenn mir ein Produkt gefällt, kaufe ich es – egal ob bezahlt oder unbezahlt beworben.

C.T.: Dann erledigt sich dich nächste Frage, was du authentischer findest – ob Beiträge welche bezahlt sind oder unbezahlt?

P.A.: Ja ganz genau. Wenn es mir sehr auffällt, dass es überhaupt nicht zum Influencer passt, dem ich folge. Aber sonst würde ich nicht sagen das einer authentischer ist als der andere.

C.T.: Verlierst du in einem Sinn das Vertrauen, wenn du merkst, dass er Geld für gesponserte Beiträge erhält?

P.A.: Nein eigentlich nicht. Nur wenn es überhäuft vorkommen würde. Wenn dies der Fall ist, kann es sein, dass ich ihm entfolgen würde. Aus dem Grund, da er mich dann nicht mehr inspiriert, sondern ich nur noch das Gefühl habe, dass er mir etwas verkaufen will.

C.T.: Ich habe dich am Anfang schon einmal gefragt, aber vielleicht hast du während dem Interview weitere Erkenntnisse gewonnen. Wolltest du schon einmal etwas kaufen, was dich durch einen Influencer inspiriert hat?

P.A.: Ja das kommt immer wieder vor. Ich orientiere mich in punkto Mode hauptsächlich auf Instagram (...). Es gibt für mich keine andere Quelle, auf der ich mich infor-

miere wie bspw. im Fernsehen oder in einem Magazin. Ich glaube alles, was ich kaufe, kaufe ich aus dem Grund, da ich es einmal auf Instagram gesehen habe.

C.T.: Was muss deiner Meinung nach ein Beitrag haben bzw. was darf er nicht haben, damit er dich anspricht und du etwas kaufen möchtest?

P.A.: Wichtig ist, dass er markiert von welcher Marke er die Klamotten hat. Sonst kann ich die Klamotten nur schwer finden. Er sollte auch authentisch wirken und nicht zu sehr inszeniert. Ich finde es schön, wenn ein Blogger Partnerschaften eingeht, diese müssen aber zu seiner Person und zu seinem Account passen.

C.T.: Du hast oftmals den Hintergrund der Beiträge erwähnt. Ist dir dieser auch wichtig?

P.A.: Ja, jetzt wo du mich darauf ansprichst, erinnere ich mich daran. Jedes Mal als du mich gefragt hast was mir auffällt, ist mir der Hintergrund aufgefallen. Dies ist wahrscheinlich auch ein Vorgang im Unterbewusstsein, welcher mich positiv oder negativ beeinflusst. Der Beitrag mit der Brücke hat mir bspw. nicht sehr gefallen. Vielleicht hat das den Eindruck des ganzen Beitrages beeinflusst. Den Hintergrund ist für mich aber auch noch relativ wichtig.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 11: Transkription Interview mit Proband B

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 7. April 2018, 18:00-18:35 Uhr

Teilnehmer: Proband B, Cedric Tanner

Legende:

- **P.B.** = Proband B
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.B.: Ich glaube etwa seit 2013.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.B.: Weiblich.

C.T.: Und was hast du für allgemeine Interessen, welche dir spontan einfallen?

P.B.: Ich denke Sport.

C.T.: Zu Beginn habe ich ein paar grundlegende Fragen an dich. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.B.: Um Beiträge von meinen Kollegen zu sehen und auch selber Bilder zu teilen.

C.T.: Hast du dein Handy gerade hier in der Nähe?

P.B.: Ja.

C.T.: Kannst du mir einmal live zeigen, was du machst, wenn du die App öffnest?

P.B.: Ja klar, also ich öffne die App und schaue zuerst den News Feed an. Sobald ich diese gesehen habe, schaue ich, wer meine Bilder liket. Falls mich noch jemand interessiert, suche ich diese Person und schaue sie mir an. Viel mehr mache ich eigentlich nicht.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.B.: Ich denke das ist ein bisschen undefinierbar. Es gibt nichts, was ich immer like.

C.T.: Okay. Sind es bspw. mehr Personen, Natur-Bilder oder Tier-Bilder?

P.B.: Schon mehr Beiträge mit Personen darauf.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.B.: Ich interessiere mich schon sehr für Mode und schaue auch, dass ich mich gut kleide.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.B.: Es gibt ein paar Instagram Accounts von Influencern, welche einen guten Geschmack haben. Bei diesen gehe ich manchmal auf das Profil und lasse mich inspirieren.

C.T.: (...). Folgst du auf Instagram einem Konto oder einer Person, welches sich mit dem Thema Mode befasst?

P.B.: Ja.

C.T.: Folgst du auch einem Influencer?

P.B.: Ja schon einigen.

C.T.: Okay und warum folgst du denen?

P.B.: Zum Teil sind es YouTouber, welchen ich folge, da mich das interessiert. Und andere sind spezialisiert auf Sport und das interessiert mich ebenfalls. Aber auch wegen der Mode, welche auf Instagram oft präsentiert wird.

C.T.: Wie vielen Influencern folgst du etwa?

P.B.: Ich denke sechs.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, dass du bei einem Influencer gesehen hast?

P.B.: Nein, das habe ich noch nie.

C.T.: Okay.

P.B.: Aha doch, ich habe schon einmal Bikinis bestellt.

C.T.: Und warum hast du die bestellt?

P.B.: Weil mir die Bikinis gut gefallen haben und man über den Influencer einen Rabatt erhalten hat.

C.T.: Kennst du Arten wie Modeunternehmen mit Influencern zusammen arbeiten auf Instagram?

P.B.: Ja ich denke einfach, dass Influencer Geld erhalten, wenn sie etwas präsentieren.

C.T.: Dann werde ich dir jetzt als erstes einen Beitrag der Influencerin Pamela Reif zeigen und möchte, dass du ihn dir genau anschaust. Wenn du soweit bist, kannst du mir Bescheid geben.

P.B.: Ich bin bereit.

C.T.: Du hast eben einen Beitrag der Influencerin Pamela Reif gesehen. Kannst du mir sagen was du darauf gesehen hast?

P.B.: Sie war auf einer Strasse und war am Lächeln. Sie trug ein Bikini Unterteil und hatte offene Haare. Der Hintergrund des Bildes war sehr schön.

C.T.: Kannst du mir sagen, was dir dabei durch den Kopf gegangen ist?

P.B.: Dass ich sie sehr hübsch finde.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.B.: Es war nicht ein 0815 Bild und die Qualität des Bildes war sehr gut.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.B.: Nein, wenn ich ehrlich bin nicht.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum sie diesen Beitrag geteilt hat?

P.B.: Ich nehme an, um viele Likes zu bekommen.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten welche sie trägt auf ihrem eigenen Modestil beruhen?

P.B.: Ja ich denke schon.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.B.: Er wirkt auf mich sehr echt.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken auf dem Bild vorgekommen sind?

P.B.: Ja, es war Brandy Melville.

C.T.: Warum konntest du dir Marke merken?

P.B.: Weil ich sie schon gekannt habe.

C.T.: Ist dir die Marke durch den Beitrag eher positiv, negativ oder neutral aufgefallen?

P.B.: Eigentlich neutral.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.B.: Ich denke, dass durch den Beitrag die Marke an Popularität gewinnt und vielleicht das Produkt mehr gekauft wird.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren, wenn du ihn auf Instagram gesehen hättest?

P.B.: Ich würde ihn liken.

C.T.: Würdest du etwas kaufen, was auf dem Beitrag abgebildet ist?

P.B.: Nein, eher nicht. Es war ja nur ein schlichter, weisser Pullover – also eher nicht.

C.T.: Gut dann kommen wir schon zum nächsten Beitrag. Der Beitrag ist von der gleichen Influencerin. Bitte schau ihn dir an und melde dich, wenn du bereit bist.

P.B.: Ja.

C.T.: Kannst du mir sagen, was dir auf dem Beitrag aufgefallen ist?

P.B.: Die Qualität des Bildes war wieder sehr gut. Der Beitrag wirkt ein bisschen luxuriös, da sie auf einem Auto sitzt. Sie ist auf diesem Beitrag eher sportlich angezogen.

C.T.: Was gefällt dir an diesem Beitrag?

P.B.: Sie ist cool angezogen und die Qualität des Bildes.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefällt?

P.B.: Eigentlich nicht, aber so als «Normalo» hätte man das auch gerne.

C.T.: Wie meinst du das genau?

P.B.: Ja im Sinne von Eifersucht. Man hätte auch gerne so ein Leben.

C.T.: Okay. Was denkst du ist bei diesem Beitrag der Grund warum sie ihn geteilt hat?

P.B.: Ich nehme an wegen der Marke Puma, weil diese markiert ist (...). Eigentlich um die Marke zu präsentieren.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die präsentierten Klamotten auf ihrem Kleidungsstil beruhen?

P.B.: Ja, sie sieht sportlich aus und darum nehme ich an, dass die Klamotten auch auf ihrem Stil beruhen.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.B.: Nicht sehr. Es ist alles sehr gestellt und inszeniert. Ich finde man merkt, dass sie vor allem die Schuhe in den Vordergrund stellen will.

C.T.: Kannst du dich erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind.

P.B.: Ja, es war Puma darauf.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.B.: Weil ich sie schon gekannt habe, aber auch weil sie gut in Szene gesetzt worden ist.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch diesen Beitrag aufgefallen?

P.B.: Sie ist mir sehr neutral aufgefallen.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.B.: Ich würde ihn nicht liken, einfach weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.B.: Ja, die Schuhe. Diese gefallen mir sehr.

C.T.: Nun vergleichen wir die zwei Beiträge, welche ich dir gezeigt habe. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.B.: Besser in Szene gesetzt finde ich die Marke bei dem Beitrag, bei welchem sie auf dem Auto sitzt. Weil man merkt, dass die Schuhe auf dem Bild im Zentrum stehen. Wiederum beim ersten Beitrag mit dem Pullover lenkt die Landschaft im Hintergrund ab.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.B.: Ich denke beim Beitrag, auf welchem sie auf dem Auto sitzt. Oben steht nämlich «bezahlte Partnerschaft mit Puma».

C.T.: Sehr gut. Nun kommen wir zu einem weiteren Influencer. Ich zeige dir jetzt einen weiteren Beitrag, den du dir anschauen kannst. Bitte gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.B.: Ja.

C.T.: Ich habe dir soeben einen Beitrag der Influencerin Xenia Overdose gezeigt. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.B.: Sie ist wahrscheinlich in einer Grossstadt und sehr gut angezogen. Im Hintergrund sehe ich Taxis. Sie trägt noch eine Designertasche.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hat?

P.B.: Wie gesagt, dass sie sehr gut angezogen ist und dass mir die Klamotten sehr gut gefallen haben.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.B.: Die Farben, welche sehr gut miteinander spielen. Dabei kommt sie auch sehr zur Geltung. Das Bild wirkt dadurch interessant und man schaut sich gleich das Outfit an.

C.T.: Gibt es auch etwas was dir nicht gefallen hat?

P.B.: Nein.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund, warum du ihn gepostet hast?

P.B.: Oben steht «bezahlte Partnerschaft». Ich nehme an es ist wieder eine Kooperation. Vielleicht hat sie aber auch die Tasche von der Designerin geschenkt bekommen. Das Bild ist auch allgemein sehr cool.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem eigenen Kleidungsstil beruhen?

P.B.: Ich finde die Kleider sind wirklich sehr schön, aber ich denke sie sind nicht sehr Alltagstauglich. Ich denke nicht, dass sie im Alltag mit solch speziellen Kleider auf der Strasse herumläuft. Es wirkt nicht verkleidet, aber ich kaufe es ihr auch nicht hundert Prozent ab.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.B.: Grundsätzlich schon gut, bis auf das ich ihr nicht ganz abkaufe, dass sie immer so rumläuft.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke vorgekommen ist?

P.B.: Tory Burch.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.B.: Hier eher, weil sie gut in Szene gesetzt worden ist. Die Tasche ist mir gleich aufgefallen.

C.T.: Ist dir die Marke durch den Beitrag eher positiv, negativ oder neutral aufgefallen?

P.B.: Eher positiv. Die Klamotten sind sehr gut kombiniert. Ich bin zwar kein Fan von Orange, aber hier drauf ist alles sehr gut abgestimmt.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.B.: Ich würde ihn liken, wenn ich ihn auf Instagram sehen würde.

C.T.: Würdest du dir etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.B.: Ja, vorausgesetzt ich könnte es mir leisten. Ich würde dann auch versuchen, alles so ähnlich wie sie zu kombinieren.

C.T.: Wir kommen nun zu einem weiteren Beitrag. Du kannst ihn erneut anschauen und ihn auf dich wirken lassen. Gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.B.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen weiteren Beitrag von Xenia Overdose gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.B.: Sie hatte ein komplett schwarzes Outfit an und war wahrscheinlich irgendwo am Strand. Sie trug noch eine Sonnenbrille.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?

P.B.: Ich finde das Outfit passt nicht zur Location. Es sieht trotzdem ein bisschen gestellt aus. Das Bild gefällt mir dennoch.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.B.: Der Ort und die Landschaft, welche man sieht. Das Outfit gefällt mir wie gesagt auch. Ich finde jedoch, dass das Bild nicht stimmig ist mit Outfit und Location bzw. Hintergrund.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach bei diesem Beitrag der Grund, weshalb sie ihn geteilt hat?

P.B.: Ich nehme an, es hat etwas mit der Marke zu tun. Vielleicht will sie ihren Followern auch zeigen, wo sie sich gerade befindet und hat darum den Ort verlinkt. Weiter denke ich sie möchte ihre Kleider präsentieren und auf eine Art eine Inspiration darstellen.

C.T.: Kaufst du ihr bei diesem Beitrag ab, dass die Kleidung auf ihrem Stil beruht?

P.B.: Nein, ehrlich gesagt nicht.

C.T.: Warum?

P.B.: Ich habe sie auf Instagram auch schon gesehen und finde, dass sie dort komplett anders angezogen war. Ich kann fast nicht glauben, dass der eigene Stil so unterschiedlich sein kann.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.B.: Also von allen Beiträgen, welche du mir gezeigt hast, finde ich diesen am wenigsten authentisch. Genau weil nichts aufeinander abgestimmt ist und ich auch nicht glauben kann, dass sie solche Kleider am Strand trägt. Ich kann mir nicht vorstellen, dass das irgendjemand macht.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.B.: Nein, an überhaupt keine.

C.T.: Okay vorgekommen sind: Balenciaga, Cultnkd und Rta. Warum konntest du dir keine merken?

P.B.: Vielleicht ist es daran gelegen, dass mir das Outfit nicht sehr gefällt bzw. ich es nicht anziehen würde.

C.T.: Findest du die Klamotten sind gut in Szene gesetzt worden auf dem Beitrag?

P.B.: Sie stechen auf dem Bild schon sehr heraus, da sie einen Kontrast zum Hintergrund bildet. Ich finde aber, da alles schwarz ist achtet man nicht auf die Marke, weil man mehr das Bild als Ganzes anschaut.

C.T.: Du hast die Marke ja nicht erkannt, aber wenn ich dir den Beitrag jetzt nochmal zeige – fallen dir die Marken positiv oder negativ auf?

P.B.: Mir fallen sie eher negativ auf. Erstens finde ich den Mantel, welchen sie trägt, nicht schön und zweitens gefällt mir die Kombination nicht zusammen. Dieses Bild gefällt mir von allen vieren am wenigsten. Dies liegt aber an der Kleidung.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.B.: Ich würde ihn kurz anschauen, aber dann weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.B.: Nein.

C.T.: Gut dann vergleichen wird nun diesen und den letzten Beitrag. Bei welchem ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.B.: Auf jeden Fall beim ersten Beitrag mit den Taxis. Nur schon, weil sie fröhlicher aussieht und dadurch ein besseres Gefühl entsteht. Beim Zweiten steht sie ohne Gesichtsausdruck da und präsentiert ihre Kleidung. Es kommt mir vor, wie ein Model auf einer Webseite, welche Klamotten präsentiert. Beim ersten Beitrag sieht es so aus als ob sie Spass hätte mit dem was sie an hat.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.B.: Beim ersten, da oben am Beitrag «bezahlte Partnerschaft» steht. Beim zweiten Beitrag sind nur die Marken markiert. Vielleicht will sie, dass sie von der Marke entdeckt wird und sie möglicherweise eine Anfrage bekommt, oder sie auf dem Instagram Account der Marke geteilt wird. Dadurch würde sie mehr Aufmerksamkeit und Follower bekommen. Ich glaube jedoch nicht, dass sie dafür bezahlt wurde.

C.T.: Ich habe dir jetzt alle Beiträge gezeigt und hätte nun noch ein paar Fragen zum Schluss. Ist allgemein bei den Beiträgen der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.B.: Ganz ehrlich, wenn es nicht angeschrieben wäre, würde ich es auch nicht merken. Gerade beim Zweiten, wäre es nicht angeschrieben gewesen, hätte ich gedacht, dass es genau umgekehrt wäre.

C.T.: Dir fällt es also nur wegen der «bezahlten Partnerschaft» oben am Bild auf?

P.B.: Ja genau, sonst würde ich es nicht erkennen.

C.T.: Erwecken solche bezahlten oder unbezahlten Beiträge Emotionen aus, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest?

P.B.: Meinst du, ob ich mich mit den Beiträgen identifizieren kann?

C.T.: Nein. Zum Beispiel: Hast du schon einmal schlechte oder gute Erfahrungen mit einer Empfehlung gemacht? Die Influencer Beiträge zählen ja als eine Art Empfehlung/Inspiration.

P.B.: Ja ich weiss nicht genau, ob ich es richtig verstehe. Ich habe aber auch schon Klamotten bestellt, welche Influencer geteilt haben. Ein Beispiel ist Zaful. Sie haben viele Bikinis, welche sie auf Instagram oder YouTube präsentieren. Ich habe diese dann auch bestellt und als sie ankamen, habe ich gemerkt, dass sie qualitativ extrem schlecht sind. Sie haben auch angezogen wirklich hässlich ausgesehen. Ich frage mich, wie die Firma es geschafft hat, dass es bei der Werbung mit Influencern so gut ausgesehen hat.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen bei Instagram auch im Alltag auf?

P.B.: Diese bezahlten Partnerschaften sind ja relativ neu und am Anfang ist es mir schon sehr aufgefallen. Wenn ich jetzt aber durch den News-Feed scrolle achte ich eigentlich nicht darauf. Ich sehe es vielleicht schon, aber realisiere es nicht richtig.

C.T.: Wie empfindest du solche Kooperationen?

P.B.: Ich denke Influencer sind ja da um uns zu inspirieren und uns gute Sachen zu Empfehlen. Wenn jedoch der Influencer bezahlt wird, dann stehen sie nicht immer hinter dem Produkt, aber sagen trotzdem es sei ein sehr gutes Produkt. Daher finde ich es nicht sehr ehrlich und authentisch.

C.T.: Wenn du jetzt einen Beitrag siehst bei dem dir ein Kleidungsstück sehr gefällt und merkst, dass der Influencer dafür bezahlt wurde – änderst sich dann etwas an deiner Einstellung zum Produkt?

P.B.: Grundsätzlich hat es das nie gemacht. Da ich aber einmal qualitativ schlechte und keine schönen Bikinis erhalten habe, bin ich dem gegenüber skeptischer geworden. Ich

versuche dann Vergleiche zu finden auf dem nicht die Influencer das Kleidungsstück tragen, sondern eher «Normalos» respektive bei Anderen, welche dafür nicht bezahlt wurden.

C.T.: Weisst du noch ob die Influencer Beiträge von Zaful bezahlt waren oder nicht?

P.B.: Wenn ich mich richtig erinnere waren sie bezahlt.

C.T.: Was empfindest du authentischer? Ein Beitrag mit oder ohne Kooperation? Oder macht es für dich keinen Unterschied?

P.B.: Definitiv ohne Partnerschaft. Wenn keine Bezahlung erfolgt, dann ist es auch wirklich ihr eigener Style und wenn sie bezahlt wurden dann wird ihnen wahrscheinlich alles vorgeschrieben, was sie anziehen müssen. Ich denke nicht, dass sie auswählen dürfen für was sie werben und wie sie es kombinieren.

C.T.: Wie verändert sich das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass er Geld für den Beitrag erhalten hat?

P.B.: Ich überlege mir grundsätzlich nicht, ob ich dem Influencer jetzt weniger vertraue. Aber im Unterbewusstsein ändert sich wahrscheinlich schon etwas, wenn immer steht «bezahlte Partnerschaft». Ich habe auch schon gesehen, dass User unter Bildern von Influencern geschrieben haben, warum sie dafür wirbt, da die Qualität der Klamotten schlecht ist. Daher kann es schon sein, dass das Vertrauen in einen bestimmten Influencer verloren geht.

C.T.: Dich stört es also nicht, wenn sie es machen?

P.B.: Mich stört es grundsätzlich nicht, aber ich finde gegenüber ihren Followern ist es nicht ganz fair. Ich meine durch Follower werden sie finanziert, dann erwartet man auch eine ehrliche Rückmeldung. Doch durch die bezahlten Werbungen wird diese Rückmeldung verfälscht.

C.T.: Vielleicht sind dir während dem Interview noch weitere Erkenntnisse gekommen. Darum habe ich erneut eine Frage zur Kaufabsicht. Hattest du schon einmal die Absicht

auf Instagram etwas zu kaufen – bspw. Schuhe, Kleidung etc. – was dich durch einen Influencer angesprochen hat?

P.B.: Ja, vor allem Bikinis. Bei mir ist es so, wenn ich Beiträge anschau, gehe ich nicht genau in den gleichen Laden um mir die exakt selben Kleidungsstücke zu kaufen. Wenn ich aber dann shoppen gehe, habe ich wahrscheinlich die einen Beiträge im Hinterkopf und versuche ähnliche Sachen zu kaufen. Selten kommt es aber auch vor, dass ich genau das gleiche will, was ich bei einem Influencer gesehen habe.

C.T.: Also für dich ist es mehr eine Inspiration wie die Kleidung in etwa aussehen soll und wie man sie kombinieren kann und nicht um genau die gleichen Stücke zu kaufen?

P.B.: Ja genau so meine ich es. Ein Beispiel sind die Levi's T-Shirts, welche durch Influencer wieder bekannt geworden sind und jetzt alle anhaben. Da kann es durchaus vorkommen, dass man genau gleiche Kleidungsstücke kauft. Bei mir kommt dies aber eher selten vor.

C.T.: Macht es für dich einen Unterschied, ob ein Beitrag bezahlt ist oder unbezahlt, damit du die Absicht hast etwas zu kaufen?

P.B.: Ja, seit ich diese Bikinis von Zaful bekommen habe, achte ich mehr darauf. Wenn ich einfach durch Instagram scrolle kommt es nicht darauf an. Aber wenn ich etwas sehe was ich genau von dieser Seite will, dann muss ich mich noch auf anderen Quellen informieren, ob diese Marke bzw. das Kleidungsstück gut ist.

C.T.: Egal, ob bei bezahlten oder nicht unbezahlten Beiträgen?

P.B.: Wenn es nicht bezahlt ist, denke ich weniger daran. Jedoch bei bezahlten Beiträgen habe ich mehr Bedenken.

C.T.: Was muss deiner Meinung nach ein Beitrag von einem Influencer haben, damit er dich anspricht und damit du etwas erwerben möchtest?

P.B.: Ich finde die Location sehr wichtig, da diese das Bild interessant macht. Die Fotoqualität finde ich auch wichtig. Die Kombination der Kleidung auch stimmig gewählt werden.

C.T.: Was darf ein Beitrag nicht haben?

P.B.: Ich finde manchmal die bezahlte Partnerschaft. Man achtet sich dann sofort darauf, dass es Werbung ist. Wenn das Bild sehr gestellt aussieht, kommt es bei mir auch nicht gut an und es wird überhaupt nicht authentisch.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 12: Transkription Interview mit Proband C

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 8. April 2018, 19:50-20:25 Uhr

Teilnehmer: Proband C, Cedric Tanner

Legende:

- **P.C.** = Proband C
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.C.: Ich glaube seit sechs Jahren – also 2012.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.C.: Männlich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen?

P.C.: Sport und Autos.

C.T.: Dann habe ich zu Beginn noch ein paar grundlegende Fragen. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.C.: Zum einen um zu erfahren, was meine Kollegen für Bilder online stellen und wo sie sind und zum anderen kann ich auch selber Bilder auf Instagram posten.

C.T.: Hast du dein Handy gerade hier?

P.C.: Ja.

C.T.: Kannst du mir gleich einmal live zeigen wie du dich verhältst, wenn du die App öffnest?

P.C.: Als erstes gehe ich auf die Startseite und schaue was für Stories es gibt bzw. schaue sie mir an. Als nächstes schaue ich den News Feed an um zu sehen, was für neue Bilder gepostet wurden. Ab und zu schaue ich wer was geliket hat. Falls mich noch weitere Sache interessieren, gehe ich auf «Suchen».

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.C.: Beiträge von Kollegen und Autos.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.C.: Ich interessiere mich schon für Mode. Ich folge auch Seiten auf Instagram, welche Schuhe und Kleider posten. So kann ich mir Inspiration holen.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.C.: Ja eigentlich schon auf Instagram Seiten. Bei Kollegen und anderen Kleiderseiten informiere ich mich auch noch. Bspw. Zalando.

C.T.: Folgst du auf Instagram auch Konten oder Personen, welche sich mit dem Thema Mode befassen?

P.C.: Ja, mehreren.

C.T.: Folgst du auch Influencern auf Instagram?

P.C.: Ja sogar sehr vielen.

C.T.: Aus welchem Grund folgst du denen?

P.C.: Sie posten immer die aktuellsten Sachen. Bspw. bei Autos zeigen sie immer die neusten Sachen die es gibt, genau wie bei Kleidern.

C.T.: Wie vielen Influencern folgst du etwa?

P.C.: Ich denke so 60 bis 80 Influencern.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.C.: Nicht genau das gleiche, aber etwas Ähnliches (...).

C.T.: Kennst du Arten wie Modeunternehmen mit Influencer zusammenarbeiten?

P.C.: Sie können den Influencern einen bestimmtem «Lohn» bezahlen oder Rabatt auf ihre Produkte geben. Im Gegenzug posten die Influencer ein Bild von den Produkten in der Hoffnung das die Marke «in» wird.

C.T.: Ich zeige dir nun einen Influencer Beitrag und möchte das du ihn dir anschaust. Ich werde dir danach ein paar Fragen dazu stellen. Melde dich, sobald du bereit bist.

P.C.: Ja ich bin bereit.

C.T.: Kannst du mir sagen, was du auf dem Beitrag gesehen hast?

P.C.: Als erstes sehe ich wo die Person ist, da sie das oben am Bild markiert hat. Dann weiter hat Influencer seine Kleidung markiert, woher er sie hat. Ich denke aus dem Grund, damit man sofort weiss, wo man die Kleider kaufen kann. Man sieht alle Sachen übersichtlich auf dem Bild – Schal, Hemd, Mantel und Schuhe. Unten im Bildbeschrieb, erzählt er noch, wann man solch ein Outfit tragen kann. Bspw. an einem Freitag, wenn man nicht viel mit Kunden zu tun hat – im Sinne von «Casual Friday».

C.T.: Was geht dir dabei durch den Kopf, wenn du diesen Beitrag anschaust?

P.C.: Ich finde er ist ziemlich gut angezogen. Ich würde mich zur Arbeit auch so anziehen, wenn ich ein paar Jahre älter wäre (...). Ich finde auch die Anzughosen und die Sneakers kombiniert schön.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.C.: Ich finde gut, dass er zeigt was er alles anhat und alles übersichtlich markiert hat, damit man nicht die Kleider ewig lang suchen muss. Ich finde auch gut, wenn er gleich schreibt, wann so ein Outfit passend wäre.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.C.: Nein, eigentlich nicht.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum er diesen Beitrag geteilt hat?

P.C.: Ich denke es ist so ein Routine Beitrag, da es wichtig ist für Influencer, dass sie regelmässig etwas teilen. Wahrscheinlich macht er damit Werbung und es könnte sein, dass er dadurch von den Modehäusern Geld bekommt.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass diese Kleider auf seinem Modestil beruhen?

P.C.: Ja ich denke schon. Die Kleider passen zu ihm und er wirkt nicht verkleidet.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.C.: Es kommt glaubwürdig rüber, als ob er so arbeiten gehen würde. Es wirkt auch so, als ob er von seinem Outfit überzogen ist.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.C.: Ja Zara, Valentino und Karl Lagerfeld konnte ich mir merken.

C.T.: Warum konntest du dich an die Marken erinnern?

P.C.: Weil ich sie schon gekannt habe und sie übersichtlich markiert sind.

C.T.: Wie fallen dir die Marken durch den Beitrag auf.

P.C.: Eigentlich positiv. Ich habe selber auch Klamotten von Zara und bin zufrieden damit.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung auf die Marken, welche markiert sind?

P.C.: Ich denke einen positiven Einfluss. Er hat es gut verkörpert und erreicht damit sicherlich, dass seine Follower sich auch so kleiden und diese Klamotten kaufen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren, wenn du ihn auf Instagram gesehen hättest?

P.C.: Ich würde ihn mir genau anschauen und mich vielleicht informieren woher die Klamotten sind.

C.T.: Würdest du den Beitrag liken?

P.C.: Nein eher nicht.

C.T.: Würdest du darauf etwas kaufen wollen?

P.C.: Ja, das Hemd und den Schal sicher. Die Schuhe sehe ich nicht ganz, aber die gefallen mir auch. Über die Hose müsste ich mich noch informieren.

C.T.: Nun kommen wir zu einem weiteren Beitrag. Bitte schau ihn dir wieder an und gib mir Bescheid, wenn du soweit bist.

P.C.: Ja.

C.T.: Kannst du mir auch hier sagen, was du darauf gesehen hast?

P.C.: Ich sehe gleich oben am Beitrag, dass da «bezahlte Partnerschaft» steht und dass er in New York ist. Er hat noch geschrieben, was sie gemacht haben und dass er die Jacke liebt.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.C.: Dass es die gleiche Person wie vorher ist, aber er darauf einen ganz anderen Kleidungsstil trägt mit Jeans. Wenn man die beiden Beiträge vergleicht, hat er wahrscheinlich auf einem Beitrag etwas an, was er sonst nicht immer trägt.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen und was nicht?

P.C.: Ich finde gut, dass er sagt, wo man die Jacke kaufen kann. Jedoch wo man die Schuhe oder die Hose herbekommt weiss man jetzt hier nicht genau.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund warum er in gepostet hat?

P.C.: Ich denke das war wie ein Auftrag von Prada mit einem Shooting. Er hat dann wahrscheinlich Geld bekommen, dass er dieses Bild postet.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Kleidungsstil beruhen?

P.C.: Ist schwer zu sagen. Diese eher nicht im Gegenteil zum anderen Beitrag, da es ein Fotoshooting von Prada war und sie ihm die Klamotten vorgegeben haben.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.C.: Es kommt schon glaubwürdig rüber, aber nicht so sehr wie der andere Beitrag. Er hat ja in der Bildbeschreibung geschrieben «so in love with this Prada jacket». Das wirkt auf mich übertrieben und gestellt.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.C.: Ja Prada und noch GQ (...).

C.T.: Warum konntest du dir die Marken merken?

P.C.: Ich denke, weil ich Prada schon kannte.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.C.: Eigentlich beeinflusst es mich nicht sehr. Darum finde ich es neutral.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.C.: Ich würde ihn mir wieder anschauen und dann weiterscrollen.

C.T.: Würdest du den Beitrag liken?

P.C.: Nein.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen wollen?

P.C.: Ja die Jeans und die Schuhe.

C.T.: Nun vergleichen wir diese zwei Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden.

P.C.: Ich finde bei beiden etwa gleich gut. Bei beiden hat er markiert, woher er bspw. die Jacke hat. Beim ersten Beitrag finde ich noch besser, dass er jedes Kleidungsstück markiert hat im Gegensatz zum zweiten Beitrag.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.C.: Ja, klar beim unteren Beitrag. Da schreibt er ja «bezahlte Partnerschaft mit Prada».

C.T.: Welcher Beitrag spricht dich mehr an von diesen zweien?

P.C.: Eher der erste Beitrag.

C.T.: Dann machen wird das gleiche jetzt noch mit einem weiteren Influencer. Schau dir den Beitrag an und gib mir Bescheid, wenn du bereit bist.

P.C.: Ja.

C.T.: Kannst du auch hier sagen, was du auf dem Beitrag gesehen hast?

P.C.: Auch hier sehe ich, dass eine bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss entstanden ist. Ich sehe auch, dass das Bild in New York gemacht wurde. Auf diesem Beitrag hat er zusätzlich noch den Fotografen markiert, vielleicht auch um für ihn zu werben. Ob er dafür bezahlt wird oder ob es nur Kollegen sind, weiss ich nicht. Ich finde die Klamotten und die Schuhe wurden gut in Szene gesetzt.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.C.: Eigentlich nicht wirklich viel.

C.T.: Gibt es sonst noch etwas, dass dir aufgefallen ist?

P.C.: Man sieht, dass da wirklich ein Fotoshooting stattgefunden hat, um dieses Bild zu schiessen. Er sitzt vermutlich normalerweise nicht einfach so auf diesem Stein.

C.T.: Was gefällt dir am Beitrag?

P.C.: Ich finde den Beitrag gut gemacht mit dem Hintergrund und allem. Das gefällt mir.

C.T.: Gibt es auch etwas, dass dir nicht gefällt?

P.C.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum er diesen Beitrag geteilt hat?

P.C.: Ich denke er arbeitet für Hugo Boss und hatte darum ein Shooting. Er hat dann den Beitrag gepostet um Geld zu verdienen.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten welche er trägt, auf seinem Modestil beruhen?

P.C.: Ich denke nicht. Ich vermute er hat die Klamotten von Hugo Boss bekommen und mit diesen ein Foto gepostet, um dadurch Werbung für das Unternehmen zu machen.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.C.: Ich finde die Klamotten passen gut zu ihm und dadurch kommt es glaubwürdig rüber.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.C.: Ja, Hugo Boss.

C.T.: Kannst du mir sagen, warum du dir die Marke merken konntest?

P.C.: Weil ich die Marke schon gekannt habe.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.C.: Ich finde eher positiv, da man sieht, dass Hugo Boss nicht nur Anzüge verkauft, sondern auch solche alltagstauglichen Klamotten.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.C.: Es wird einfach Werbung für Hugo Boss gemacht. Einen anderen Einfluss kann ich gerade nicht erkennen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.C.: Ich würde ihn mir kurz anschauen und dann weiter scrollen.

C.T.: Würdest du darauf etwas kaufen wollen?

P.C.: Die Jeans und den Schal vielleicht.

C.T.: Warum diese zwei Sachen?

P.C.: Weil die Jeans meinem Kleidungsstil gleicht und den Schal, weil er mich auf dem Bild anspricht.

C.T.: Dann zeige ich dir nun den letzten Beitrag. Schau ihn dir an und sag mir, wenn du bereit bist.

P.C.: Ja.

C.T.: Kannst du mir erzählen, was du auf diesem Beitrag gesehen hast?

P.C.: Hier ist mir aufgefallen, dass der Ort nicht markiert ist und dass keine bezahlte Partnerschaft angegeben ist. In der Bildbeschreibung steht auch nichts. Er hat einfach die Marken auf dem Bild markiert.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?

P.C.: Dass dieser Beitrag anders ist wie die anderen. Er macht vielleicht schon Werbung, aber es steht nirgends. Das ist anders im Gegenteil zu den vorherigen Beiträgen.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.C.: Finde das Bild ist allgemein gelungen und stimmig.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.C.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach bei diesem Beitrag der Grund warum er ihn gepostet hat?

P.C.: Ich denke um Werbung für die markierten Unternehmen zu machen.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten welche er trägt, auf seinem Modestil beruhen?

P.C.: Ja, ich denke schon.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.C.: Es kommt glaubwürdig rüber. Es kommt dennoch so herüber, dass er die Kleider vermarkten will.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.C.: Eigentlich nur Zara.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.C.: Weil ich einerseits die Marke schon kenne und andererseits, weil sie in der Mitte vom Bild markiert ist und mir direkt aufgefallen ist.

C.T.: Wie ist dir die Marke Zara aufgefallen?

P.C.: Eigentlich positiv, da ich den Pullover schön finde und er gut in Szene gesetzt worden ist.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.C.: Ich denke, dass die Leute, welchen der Pullover gefällt, auf die Zara Seite gehen und ihn dann suchen werden.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.C.: Ich würde ihn wahrscheinlich nur anschauen und dann weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Bild kaufen?

P.C.: Ich würde vielleicht den Pullover bestellen und ihn anprobieren, ob er mir steht. Die Hosen würde ich nicht bestellen – die gefallen mir nicht.

C.T.: Super. Dann vergleichen wir nun die letzten zwei Beiträge, welche ich dir gezeigt habe. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.C.: Beim ersten Beitrag weiss ich nicht, was alles von Hugo Boss ist. Ich denke zwar schon, aber ich bin mir nicht sicher. Es ist auch sehr gut, dass alles markiert ist. Also oben am Beitrag mit «bezahlte Partnerschaft», dann die Markierung direkt auf dem Bild und noch unten in der Bildbeschreibung. Auch wenn man jetzt nicht auf das Bild klickt um die Markierung zu sehen, ist es trotzdem sofort präsent, dass darauf Hugo Boss Klamotten sind. Es wird sofort an mehreren Orten ersichtlich. Beim zweiten Bild finde ich jedoch gut, dass markiert wurde, von welcher Marke welches Kleidungsstück ist. Das macht den Beitrag sehr übersichtlich. Trotzdem finde ich die Marke beim ersten Beitrag besser in Szene gesetzt.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.C.: Ja beim Beitrag mit Hugo Boss.

C.T.: Warum bist du dieser Meinung?

P.C.: Weil er oben schreibt «bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss».

C.T.: Dann kommen wir nun zu den Abschlussfragen. Ist dir der Unterschied zwischen den bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.C.: Ja, da es immer angeschrieben war mit «bezahlter Partnerschaft» und mir das gleich aufgefallen ist.

C.T.: Erwecken solche Beiträge bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest?

P.C.: Ich verstehe die Frage nicht ganz.

C.T.: Zum Beispiel: Hast du schon einmal schlechte Erfahrungen mit einem Produkt basierend auf einer «Empfehlung» bzw. einer Werbung gemacht?

P.C.: Nein, in Bezug auf das habe ich noch nie schlechte Erfahrungen gemacht.

C.T.: Wenn du jetzt im Alltag auf Instagram bist. Fällt dir dann der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen auf?

P.C.: Nein überhaupt nicht. Ich nehme es vielleicht schon war, aber ich kann mich nicht erinnern, dass das mir mal explizit aufgefallen ist.

C.T.: Warum ist es dir dann jetzt aufgefallen?

P.C.: Ich habe mich während diesem Interview mehr damit auseinandergesetzt und die Beiträge auch genauer angeschaut, als wenn ich bei mir auf Instagram bin. Sonst schaue ich die Beiträge nicht so genau an.

C.T.: Wie empfindest du solche Kooperationen, wenn sie dir auffallen bzw. wenn ich dich jetzt darauf anspreche?

P.C.: Ich finde es eigentlich noch gut, dass die Influencer die Möglichkeit haben damit Geld zu verdienen. Ich weiss nicht genau warum sie das mit der bezahlten Partnerschaft hinschreiben. Entweder weil sie es müssen oder weil sie es den Leuten mitteilen wollen und transparent erscheinen möchten.

C.T.: Sie müssen diese Kooperationen rechtlich angeben. In der Schweiz muss Werbung immer erkennbar als solche gekennzeichnet werden. Nun habe ich noch weitere Fragen. Wenn du auf Instagram bist und du etwas entdeckst, was dir sehr gefällt, bspw. ein Shirt – ändert sich etwas an deiner Meinung, wenn du merkst, dass der Influencer dafür Geld bekommen hat?

P.C.: Nein, grundsätzlich bei mir nicht. Wenn mir etwas sehr gut gefällt, macht dies keinen Unterschied. Es wird einem jedoch bewusst, dass wenn man etwas kauft der Influencer auch davon profitiert. Ich kann mir vorstellen, dass das nicht allen Leuten gefällt, wenn er Geld dafür bekommt und sie es daher nicht kaufen.

C.T.: Wie ist es bei dir?

P.C.: Mir würde es nichts ausmachen. Ich würde es trotzdem kaufen.

C.T.: Was findest du authentischer – einen Beitrag der bezahlt wurde oder einen Beitrag der nicht bezahlt wurde.

P.C.: Eindeutig ein unbezahlter Beitrag, da dieser aus eigener Überzeugung kommt.

C.T.: Warum?

P.C.: Weil es einfach sein eigener Kleidungsstil ist und kein Shooting mit vorgegebenen Klamotten. Es ist für mich auch glaubwürdiger, wenn mehrere Marken auf einem Bild markiert sind, da ich niemanden kenne, der von oben bis unten Klamotten von nur einer Marke trägt.

C.T.: Wie verändert sich das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass der Influencer Geld für einen Beitrag erhält?

P.C.: Gar nicht. Die Influencer posten auch Beiträge, für welche sie kein Geld bekommen. Daher finde ich es in Ordnung.

C.T.: Wenn jetzt ein Influencer überhäuft Beiträge postet, bei welchen er Geld erhält – stört es dich dann?

P.C.: Stören nicht, es kommt dann einfach nicht gut an. Man merkt dann, dass er es nicht macht wegen dem Spass, sondern weil er Geld verdienen will.

C.T.: Ich habe dich am Anfang schon einmal gefragt, vielleicht sind dir während dem Interview noch neue Erkenntnisse in den Sinn gekommen. Hattest du schon einmal die Absicht gehabt, auf Instagram etwas zu erwerben, dass dir sehr gefallen hat? Bspw. Schuhe, Hosen, Pullover, Shirts etc.

P.C.: Ja, schon sehr oft. Bei Shirts und Schuhen.

C.T.: Hast du es dann auch gemacht?

P.C.: Teilweise. Ich habe mich dann einfach informiert und geschaut, ob ich es mir leisten kann.

C.T.: Weisst du noch, ob die Beiträge bei auf welchen du die Sachen gesehen hast, bezahlte oder unbezahlte waren?

P.C.: Nein, auf das habe ich gar nicht geachtet.

C.T.: Kommt es bei dir darauf an, ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit du etwas erwerben möchtest?

P.C.: Nein, überhaupt nicht. Wenn mir etwas gefällt und ich finde es passt zu mir, dann ist es mir egal.

C.T.: Was muss ein Beitrag haben, damit er dich anspricht und du etwas erwerben möchtest?

P.C.: Man muss das Kleidungsstück gut auf dem Bild sehen. Ich finde es auch sehr gut, wenn die Marke markiert ist und man direkt auf die Seite des Unternehmens gelangen kann. So findet man die Klamotten schneller – sonst ist es ziemlich mühsam.

C.T.: Was darf ein Beitrag deiner Meinung nach nicht haben bzw. stört nicht?

P.C.: Es stört mich nicht sehr, aber ich finde es unnötig, wenn immer ewig lange Texte in der Bildbeschreibung stehen.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 13: Transkription Interview mit Proband D

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 10. April 2018, 19:30-20:02 Uhr

Teilnehmer: Proband D, Cedric Tanner

Legende:

- **P.D.** = Proband D
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.D.: Ich denke seit etwa 2012.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.D.: Weiblich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen in deinem Leben?

P.D.: Sport.

C.T.: Ich habe noch ein paar grundlegende Fragen an dich. Warum nutzt du Instagram?

P.D.: Weil es alle haben. Es ist für mich noch eine Art zeitvertrieb und um mit meinen Kollegen zu kommunizieren.

C.T.: Hast du dein Handy gerade hier?

P.D.: Ja.

C.T.: Kannst du mir einmal live zeigen, was du machst, wenn du die App Instagram öffnest?

P.D.: Also ich öffne die App und schaue mir als erstes den News Feed an und like vielleicht ein paar Bilder. Als nächstes schaue ich normalerweise die Stories an. Wenn mir langweilig ist, schaue ich dann noch bei «Erforschen», was es neues gibt.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.D.: Von meinen Kollegen, Sportseiten und Sportlern aber auch von Influencern. Und natürlich Memes.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.D.: Ich interessiere mich schon für Mode und versuche mich immer aktuell zu kleiden.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.D.: Bei berühmten Persönlichkeiten auf Instagram oder in der Schule bei Kollegen.

C.T.: Folgst du einer Person oder einem Konto, welches sich mit Mode befasst?

P.D.: Ja.

C.T.: Folgst du auch Influencern auf Instagram?

P.D.: Ja.

C.T.: Wie vielen etwa?

P.D.: So 10 denke ich.

C.T.: Warum folgst du diesen Influencern?

P.D.: Weil man bei ihnen immer die neusten und aktuellsten Sachen sieht. Bei den Stories sehe ich auch immer was sie gerade machen.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.D.: Ja Schminke.

C.T.: Und in Bezug auf Mode?

P.D.: Ja auch schon. Bikinis zum Beispiel. Aber auch Schuhe.

C.T.: Kennst du Arten, wie Modeunternehmen mit Influencern zusammenarbeiten?

P.D.: Ja es gibt so eine «Art» Reisen auf denen die Influencer mitgenommen werden und sie dann neue Produkte bewerben.

C.T.: Gut, dann zeige ich dir nun einen Influencer Beitrag und möchte, dass du ihn dir anschaust und mir Bescheid gibst, sobald du bereit bist.

P.D.: Was muss ich mir dabei überlegen?

C.T.: Nichts, nur anschauen und auf dich wirken lassen.

P.D.: Ich bin bereit.

C.T.: Super – kannst du mir erzählen was du darauf gesehen hast?

P.D.: Eine Frau, die Pamela heisst. Sie trug ein Bikiniunterteil und einen weissen Pullover. Sie stand auf einer Strasse und im Hintergrund war der Himmel sehr schön. Sie hatte sehr weisse Zähne und schöne lange blonde Haare.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du dir den Beitrag angeschaut hast?

P.D.: Ich fand den Beitrag sehr schön und sympathisch. Ich habe mir auch überlegt, warum sie keine Hosen anhat – habe aber dann gesehen, dass die geschrieben hat, dass es ein Bikini ist.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.D.: Nein.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.D.: Die Farben und die Person selber. Sie sieht sehr attraktiv aus auf dem Bild.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.D.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum sie diesen Beitrag gepostet hat?

P.D.: Ich denke um zu zeigen wo sie gerade ist, aber auch um sich selber zu zeigen. Wahrscheinlich hat sie sich auf dem Bild gefallen.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten welche sie trägt, auf ihrem Modestil beruhen?

P.D.: Ja grundsätzlich schon, aber ich finde, dass jeder irgendwo seinen Kleidungsstil abschaut.

C.T.: Wirkt sie auf dich verkleidet?

P.D.: Nein das schon nicht.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.D.: Ich kauf ihr die Situation schon ab.

C.T.: Kannst du dich noch an die Marke erinnern, welche markiert gewesen ist?

P.D.: Nein, ich kann mich nicht erinnern.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.D.: Einen positiven. Ich finde das Bild ist sehr gelungen und daher rückt auch die Marke auf dem Bild in ein gutes Licht – auch wenn ich mir die Marke nicht merken

konnte. Wäre der Pullover ein bisschen spezieller gewesen, hätte ich mich vielleicht über das Produkt informiert.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.D.: Ich würde ihn wahrscheinlich liken.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen wollen?

P.D.: Nein, ich denke jetzt nicht: Das muss ich haben.

C.T.: Nun kommen wir zu einem weiteren Beitrag. Bitte schaue ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.D.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen weiteren Influencer Beitrag gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hat?

P.D.: Sie sitzt auf einem Auto und ist relativ dunkel gekleidet. Die Schuhe stechen auf dem Bild heraus. Sie hat wie vorher blonde, lange Haare.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.D.: Das Bild ist ein bisschen gestellt finde ich. Sie hat geschrieben «casually chilling on my car», aber das macht man ja normalerweise nicht. Oben am Beitrag steht noch «bezahlte Partnerschaft mit Puma», daher sehe ich, dass es Werbung ist.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.D.: Ich finde das ganze Bild schön und stimmig.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefällt?

P.D.: Nur, dass das Bild gestellt wirkt. Sonst gefällt es mir.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund warum sie ihn gepostet hat?

P.D.: Wegen den Schuhen.

C.T.: Inwiefern wegen den Schuhen?

P.D.: Sie hat den Link von Zalando vermerkt, wo man die Schuhe kaufen kann. Ich denke sie bekommt Geld, wenn die Leute darüber die Schuhe kaufen.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf dem Beitrag ihrem Modestil entsprechen?

P.D.: Ja das glaube ich schon. Es passt zu ihr.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.D.: Nicht sehr gut, weil das Bild auf mich gestellt wirkt.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.D.: Puma.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.D.: Weil ich die Marke schon kenne, aber auch weil ich es direkt in der bezahlten Partnerschaft gesehen habe.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.D.: Ich finde positiv. Es gibt eigentlich nichts Negatives daran.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.D.: Ich denke es gibt viele Leute, welchen diese Schuhe gefallen und sie wegen dem Beitrag kaufen wollen. Daher denke ich, dass der Beitrag sich positiv auf Puma auswirkt.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.D.: Ich denke ich würde ihn mir nur kurz anschauen und dann weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.D.: Ja das Auto (*lacht*).

C.T.: Nun vergleichen wir die zwei Beiträge, welche ich dir gezeigt habe. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.D.: Beim zweiten Beitrag mit der bezahlten Partnerschaft.

C.T.: Kannst du mir erklären, warum genau bei diesem Beitrag?

P.D.: Die Marke steht im Vordergrund und ihre Schuhe stechen heraus. Der andere Beitrag könnte auch ein normales Ferienfoto sein.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.D.: Eindeutig beim Zweiten.

C.T.: Warum ist dir das so aufgefallen?

P.D.: Wegen der Markierung der bezahlten Partnerschaft.

C.T.: Nun kommen wir zu einem weiteren Beitrag. Bitte schau ihn dir erneut an und gib mir Bescheid, wenn du bereit bist.

P.D.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag von Xenia Overdose gesehen. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.D.: Sie hatte orange und weisse Klamotten angehabt. Im Hintergrund hatte es ein Taxi. Sie trug noch eine Sonnenbrille. Für mich sah es wie ein Alltagsbild aus.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen als du den Beitrag angesehen hast?

P.D.: Nicht sehr viel. Nur, dass ich im Alltag nicht so rumlaufen würde.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund warum sie ihn gepostet hat?

P.D.: Sie hat in der Bildbeschreibung geschrieben, dass sie komplett in Tory Burch gekleidet ist. Daher denke ich, dass der Beitrag gepostet wurde, um Werbung zu machen.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.D.: Ja, es passt zu ihr.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.D.: Ich kaufe es ihr ab, auch wenn es wie ein Shooting aussieht.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.D.: Ja, Tory Burch.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.D.: Die Marke kommt mir jetzt nicht wirklich bekannt vor, aber ich finde auf dem Beitrag sieht man gleich, um welche Marke es geht in sie steht auch im Zentrum des Beitrages.

C.T.: Wie ist dir die Marke aufgefallen?

P.D.: Eigentlich relativ gut. Es gab nichts Negatives am Beitrag.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.D.: Ich finde einen Positiven. Es gibt sicher Leute, denen die Jacke oder die Tasche gefällt und sich dann darüber schlau machen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.D.: Ich würde ihn kurz anschauen, aber sicher nicht zweimal.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.D.: Nein, nicht weil es mir nicht gefällt, sondern weil es wahrscheinlich nicht zu mir passen würde.

C.T.: Nun kommen wird zum letzten Beitrag. Du kannst ihn wieder anschauen und mir dann Bescheid geben, sobald du bereit bist.

P.D.: Gut.

C.T.: Kannst du mir auch hier sagen, was du darauf gesehen hast?

P.D.: Sie ist bei einem Boot- oder Strandhaus und trägt ein komplett schwarzes Outfit.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.D.: Das gesamte Bild sieht sehr gut und modern aus.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.D.: Ja sie hat alle Marken der Klamotten markiert, aber es kommt mir nicht wirklich wie Werbung vor.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.D.: Das ganze Bild und die Szenerie. Die Klamotten gefallen mir nicht sehr gut, doch zu ihr passen sie gut.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.D.: Nein.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund, warum sie ihn gepostet hat?

P.D.: Ich denke um sich zu zeigen bzw. zu präsentieren. Sie hat noch Balenciaga markiert, vielleicht hat es etwas mit Prestige zu tun.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.D.: Nein, eher weniger.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.D.: Das Bild wirkt echt auf mich.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken auf dem Bild vorgekommen sind?

P.D.: Balenciaga, den Rest weiss ich nicht mehr.

C.T.: Warum ist dir die Marke aufgefallen?

P.D.: Weil ich sie schon gekannt habe und sie relativ bekannt ist.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.D.: Sehr gut, das Bild sieht einfach schön aus und alles passt zusammen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.D.: Falls es mein Kleidungsstil wäre, würde ich die Sachen suchen und vielleicht mal anprobieren. Ich denke aber die Klamotten sind zu teuer für mich.

C.T.: Wir vergleichen nun die letzten zwei Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag findest du die Marke besser in Szene gesetzt?

P.D.: Ich finde bei beiden etwa gleich.

C.T.: Warum beide gleich?

P.D.: Ich finde bei beiden steht die Person und was sie anhat im Vordergrund und alles ist sehr stimmig.

C.T.: Bei welchem Beitrag denkst du ist eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden?

P.D.: Ich denke beim ersten Beitrag.

C.T.: Warum ist dir das so aufgefallen?

P.D.: Wegen der «bezahlten Partnerschaft» oben am Bild.

C.T.: Zum Schluss habe ich noch ein paar abschliessende Fragen an dich. Du hast die Beitragsarten richtig auseinanderhalten können. Kannst du mir sagen, warum du diese zwei Arten unterscheiden konntest?

P.D.: Eigentlich nur weil immer die bezahlte Partnerschaft angegeben war. Beim letzten Bild hat sie auch nicht aufmerksam Werbung gemacht, sondern nur die Marken markiert.

C.T.: Das hast du gut erkannt. Bei den «unbezahlten» Beiträgen könnte man auch davon ausgehen, dass es Werbung ist, jedoch müssten die Influencer dies aus rechtlichen Gründen angeben. Daher geht man davon aus, dass diese nicht bezahlt wurden. Dann habe ich jetzt noch ein paar weitere Fragen. Erwecken solche Beiträge von Influencern bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest?

P.D.: Verstehe ich nicht ganz.

C.T.: Hast du schon einmal schlechte Erfahrungen mit einer Empfehlung bzw. einer Werbung eines Influencers gemacht?

P.D.: Nein eigentlich nicht. Viele Leute finden es nicht gut, dass Influencer bezahlt werden um für etwas zu werben. Dies aus dem Grund, dass Influencer auch für etwas Schlechtes werben können. Mich selber hat es aber noch nie betroffen. Ich denke jedoch, dass viele Influencer darauf schauen für gute Produkte zu werben und dass sie auch dahinterstehen.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen auch im Alltag auf, wenn du auf Instagram bist?

P.D.: Ja, auf jeden Fall. Vielmals schreiben Influencer auch in der Bildbeschreibung, dass es sich um Werbung handelt. Bspw. mit #Ad oder ähnlichem.

C.T.: Wie empfindest du Kooperationen, wenn Influencer für solche Werbebeiträge bezahlt werden?

P.D.: Ich finde es gut und auch modern. Mit der Markierung der bezahlten Partnerschaft sehen es die Leute auch direkt. Ich denke Firmen können so ihr Geld gut in Werbung

investieren. Mit dieser Art von Werbung werden auch sehr viele Leute erreicht. Es besteht jedoch immer die Gefahr, dass die Influencer eigentlich nicht hinter dem Produkt stehen. Ich persönlich würde das aber nicht sehr schlimm finden, da man Klamotten nur bestellt, wenn man denkt sie passen zu einem selber. Wenn sie dem Influencer nicht gefallen und er trotzdem dafür wirbt, ist mir das relativ egal.

C.T.: Ändert sich etwas an deiner Meinung, wenn dir etwas auf Instagram gefällt und du merkst, dass der Influencer dafür Geld bekommen hat?

P.D.: Nein, überhaupt nicht. Ich finde es gut, dass sie Geld dafür bekommen, denn bei so einem Beitrag steckt auch Arbeit dahinter.

C.T.: Was findest du authentischer bzw. glaubwürdiger? Einen Beitrag mit oder ohne Kooperation?

P.D.: Ohne.

C.T.: Warum?

P.D.: Weil es einen Ausschnitt des dem Leben des Influencers zeigt. Und nicht etwas, für was sie bezahlt werden. Ich meine wir «Normalos» posten ja auch Beiträge ohne, dass uns jemand Geld gibt.

C.T.: Ändert sich in einer Weise das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass er dafür Geld erhalten hat?

P.D.: Ich finde es kommt auf den Influencer darauf an. Wenn ich bei einem Influencer merke, dass er es nicht nur wegen dem Geld macht, vertraue ich ihm auch. Wenn ich aber das Gefühl habe ein Influencer macht es nur wegen dem Geld, würde ich vielleicht diesen Influencer nicht mehr verfolgen.

C.T.: Würde es dich stören, wenn ein Influencer nur noch bezahlte Beiträge posten würde?

P.D.: Ja, das finde ich überhaupt nicht authentisch. So vereinzelt stört es mich aber überhaupt nicht.

C.T.: Vielleicht sind dir während dem Interview noch weitere Erkenntnisse gekommen. Hast du schon die Absicht gehabt, etwas zu kaufen, was dich durch einen Influencer auf Instagram angesprochen hat?

P.D.: Ja, definitiv.

C.T.: Was denn?

P.D.: Es gibt eine Kleiderseite namens «Beginning Boutique». Diese habe sehr schöne Klamotten. Ich habe mich dann auch informiert, wie teuer diese Klamotten sind und wie teuer der Versand ist. Diese Marke arbeitet viel mit Influencern zusammen und darum kenne ich sie auch.

C.T.: Weisst du noch ob diese Influencer bezahlt wurden, bei denen du diese Seite entdeckt hast?

P.D.: Ja teilweise. Nicht für jeden Beitrag (...).

C.T.: Macht es einen Unterschied für dich, ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit du etwas kaufen möchtest?

P.D.: Nein, nicht unbedingt.

C.T.: Was muss deiner Meinung nach ein Beitrag haben, damit er dich anspricht?

P.D.: Er muss mir selber entsprechen und mir gefallen vom Style her. Die Klamotten darauf müssen auch in meine Preisklasse passen.

C.T.: Was darf ein Beitrag nicht haben?

P.D.: Er darf einfach nicht hässlich sein. Die Klamotten auf dem Beitrag dürfen auch nicht von zu weit herkommen, da ich sonst viel Versand und Transport zahlen muss. Wichtig finde ich noch, dass der Beitrag in einer guten Qualität erscheint und dass auch der Hintergrund passend gewählt wird. Je besser es in Szene gesetzt ist, desto besser wirkt es.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 14: Transkription Interview mit Proband E

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 11. April 2018, 19:35-20:15 Uhr

Teilnehmer: Proband E, Cedric Tanner

Legende:

- **P.E.** = Proband E
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.E.: Seit 2012 etwa.

C.T.: Geschlecht?

P.E.: Weiblich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen?

P.E.: Auf Instagram?

C.T.: Nein ganz allgemein.

P.E.: Tiere, Sport und Mode.

C.T.: Dann habe ich noch ein paar grundlegende Fragen an dich. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.E.: Um zu verfolgen, was meine Kollegen machen. Auch wegen modischen Sachen bzw. wegen Kleidern. Da gibt es ja sehr viele Seiten.

C.T.: Hast du gerade dein Handy hier?

P.E.: Ja.

C.T.: Kannst du mir live zeigen, was du normalerweise machst, wenn du die App öffnest?

P.E.: Als erstes gehe ich auf den News-Feed und schaue mir die neusten Beiträge an. Sobald ich genug davon habe, schaue ich mir noch ein paar Stories an. Als letztes gehe ich noch auf «Erforschen» und schau mir dort Beiträge an.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.E.: Beiträge von meinen Kollegen und von Stars. Oft aber auch Beiträge auf «9gag» oder andere Memes.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.E.: Ich interessiere mich schon für Mode und verfolge auch Seiten auf Instagram um immer wieder neue Sachen zu sehen (...).

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.E.: Ich folge sehr vielen Leuten auf Instagram, welche bei «Love Island» mitgemacht haben. Diese Leute sind nach der Serie meistens sehr beliebt und bekommen auch viele Jobs und Kleider. Sie sind eigentlich eine Art von Influencern. Bei diesen informiere ich mich sehr oft.

C.T.: Wo informierst du dich sonst noch in Punkto Mode?

P.E.: Manchmal noch auf Zalando.

C.T.: Folgst du auf Instagram einem Konto welche sich mit dem Thema Mode befasst?

P.E.: So konkret nur Mode?

C.T.: Nein.

P.E.: Ja, dann schon.

C.T.: Folgst du auf Instagram einem Influencer?

P.E.: Ja.

C.T.: Und warum?

P.E.: Hauptsächlich eigentlich um Modetrends mitzubekommen.

C.T.: Wie vielen Influencern folgst du etwa?

P.E.: Ich denke etwa 50.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.E.: Ja, gerade eben wollte ich mir etwas kaufen. Ich habe es noch nicht gemacht, aber ich werde noch.

C.T.: Und warum möchtest du das kaufen?

P.E.: Sie hat etwas angehabt, was mir sehr gefallen hat. Ich kaufe mir aber nicht genau das gleiche. Ich bin dann auf die Internetseite der Marke gegangen und habe noch andere Sachen gefunden, welche mir gefallen.

C.T.: Kennst du Arten wie Modeunternehmen mit Influencern zusammenarbeiten können?

P.E.: Ja, indem sie einfach ein Bild posten mit dem was sie anhaben und sie dann die Klamotten markieren, woher sie diese haben. Wenn es einem gefällt, geht man dann halt darauf.

C.T.: Nun werde ich dir einen Beitrag von einer Influencerin zeigen. Bitte schau ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.E.: Ja.

C.T.: Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.E.: Eine Frau mit einem weissen Pullover und in Unterwäsche auf einer Strasse. Im Hintergrund hatte es Palmen und einen schönen Himmel.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.E.: Dass es ein schönes Foto ist und nicht gestellt wirkt, da die Hände ein wenig verschwommen sind. Es ist aber trotzdem ein bisschen gestellt, da sie einen Pullover und Unterwäsche anhat. Ich denke nicht, dass sie so durch die Stadt laufen würde.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.E.: Nein.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.E.: Es ist einfach ein schönes Foto. Sie sieht gut aus und der Hintergrund macht auch viel aus.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.E.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum sie diesen Beitrag gepostet hat?

P.E.: Ich denke nicht, dass sie für Kleider wirbt mit diesem Beitrag. Das ist meiner Meinung nach auf diesem Beitrag nicht zentral. Ich denke sie wollte ein schönes Foto ihren Followern präsentieren.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass diese Klamotten auf ihrem Kleidungsstil beruhen?

P.E.: Ja, die passen zu ihr.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.E.: Ich finde es kommt echt und natürlich rüber.

C.T.: Kannst du dich noch an die Marke auf dem Beitrag erinnern?

P.E.: Nein, ich habe mich nicht darauf geachtet.

C.T.: Warum hast du dich nicht darauf geachtet?

P.E.: Für mich war es einfach nicht sehr relevant auf dem Beitrag. Es war ein sehr schlichtes Outfit, was man auch bei H&M kaufen kann. Der Mittelpunkt des Bildes war für mich eher die Frau und der Hintergrund und nicht die Kleider.

C.T.: Auf dem Beitrag war die Marke «Brandy Melville» markiert. Welchen Einfluss hat deiner Meinung nach dieser Beitrag auf die Marke?

P.E.: Ich denke einen positiven. Den Followern, welchen der Pullover gefällt, werden sicher auf die Seite dieser Marke gehen. Vielleicht werden sie nicht genau den Pullover kaufen wollen, aber sie lassen sich sicher auf der Seite inspirieren.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.E.: Ich würde vielleicht auch auf die Seite gehen. Ich bin mir aber unsicher, da der Pullover eher im Hintergrund des Bildes steht. Darum kann ich nicht hundert prozentig sagen, ob ich auf die Seite gehen würde.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.E.: Ich würde ihn liken.

C.T.: Würdest du auch etwas kaufen, was du auf dem Beitrag siehst?

P.E.: Nein, ehrlich gesagt nicht.

C.T.: Und warum nicht?

P.E.: Das Outfit ist einfach zu schlicht bzw. zu langweilig.

C.T.: Nun zeige ich dir einen weiteren Beitrag. Bitte schau dir diesen an und melde dich, wenn du bereit bist.

P.E.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen weiteren Beitrag der gleichen Influencerin gesehen. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.E.: Eine Frau auf einem Auto auf dem sie ihre Schuhe präsentiert.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?

P.E.: Dass die Schuhe im Fokus sind.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.E.: Oben am Bild steht «bezahlte Partnerschaft mit Puma».

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.E.: Keine Ahnung. Für mich ist das ein typischer Werbepost. Es ist ein schönes Foto, aber es ist ein typischer Werbepost.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.E.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach bei diesem Beitrag der Grund, warum sie ihn gepostet hat?

P.E.: Sie bekommt sicher Geld dafür. Es steht ja auch bezahlte Partnerschaft. Daher denke ich sie bekommt Geld dafür, dass sie diese Schuhe anhat, ein Foto macht und es auf Instagram lädt mit der Markierung von Puma.

C.T.: Kaufst du ihre ab, dass die Kleider auf dem Bild ihrem Modestil entsprechen?

P.E.: Ja, ich finde es passt zu ihr und sie wirkt nicht verkleidet oder so.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.E.: Nicht sehr authentisch. Sie hat in der Bildbeschreibung geschrieben «chilling on my car», ich denke zwar, dass dies ironisch gemeint ist. Nichtsdestotrotz wirkt das Bild sehr gestellt auf mich.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.E.: Puma.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.E.: Weil ich sie kenne und sie sehr bekannt ist.

C.T.: Wie ist dir die Marke auf dem Beitrag aufgefallen?

P.E.: Ob positiv oder negativ?

C.T.: Ja.

P.E.: Eigentlich positiv. Ich finde die Schuhe schön.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.E.: Auch wieder einen positiven. Es gibt sicher viele Leute, welchen diese Schuhe gefallen und sie wegen ihr auch kaufen möchten.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.E.: Ich würde überhaupt nicht darauf reagieren.

C.T.: Aus welchem Grund?

P.E.: Ich bin nicht jemand, der jeden Monat Schuhe braucht. Ich habe auch nicht das Geld dazu. Wenn ich weiss ich brauche es nicht, dann informiere ich mich auch nicht darüber.

C.T.: Würdest du darauf etwas kaufen?

P.E.: Ja, die Schuhe gefallen mir schon sehr und ich würde sie mir auch kaufen, vorausgesetzt ich hätte das Geld.

C.T.: Gut, dann vergleichen wird diese zwei Beiträge miteinander. Meine Frage lautet: Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.E.: Eindeutig beim zweiten Beitrag mit dem Auto.

C.T.: Kannst du mir erklären wieso?

P.E.: Beim Bild auf der Strasse ist sie und der Hintergrund im Fokus und beim zweiten Beitrag stehen die Schuhe im Vordergrund. Man sieht als erstes die Schuhe, wenn man den Beitrag anschaut. Das Auto ist schwarz, ihre Kleider sind schwarz, nur ihre Schuhe stechen heraus.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.E.: Auf dem zweiten Beitrag mit dem Auto.

C.T.: Warum ist dir das so aufgefallen?

P.E.: Weil oben am Beitrag «bezahlte Partnerschaft mit Puma» steht (...).

C.T.: Nun zeige ich dir einen weiteren Beitrag und möchte, dass du ihn dir wieder genau anschaust. Melde dich, wenn du bereit bist.

P.E.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag von Xenia Overdose gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.E.: Eine Frau, welche am Rennen ist und ein Taxi im Hintergrund. Sie trägt eine Sonnenbrille und ist weiss-orange gekleidet.

C.T.: Was ist dir beim Anschauen des Beitrages durch den Kopf gegangen?

P.E.: In der Bildbeschreibung stand so etwas wie «me caught running», was ich ihr aber überhaupt nicht abkaufe. Das Foto ist bestimmt nicht spontan entstanden.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.E.: Es ist wieder eine bezahlte Partnerschaft mit Tory Burch.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.E.: Hätte ich nur das Bild gesehen, ohne die Bildbeschreibung, hätte mir der Beitrag gefallen und es hätte auch spontan auf mich gewirkt. Aber mit der Bildbeschreibung kaufe ich es ihr überhaupt nicht ab.

C.T.: In diesem Fall gefällt dir die Bildbeschreibung nicht?

P.E.: Ja genau.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund warum sie ihn gepostet hat?

P.E.: Ich denke, weil sie Geld dafür bekommt, aber auch weil ich denke, dass ihr die Kleider gefallen.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.E.: Nicht sehr glaubwürdig. Ich finde Influencer können dazu stehen, wenn ein Bild nicht spontan entstanden ist. Wenn sie dann in der Bildbeschreibung schreibt, als ob das Bild spontan entstanden ist, wirkt es auf mich unsympathisch. Sie sollte lieber schreiben etwas Normales über die Marke oder ähnliches schreiben.

C.T.: Fühlst du dich in diesem Fall auf eine Art verarscht?

P.E.: Ja das wollte ich damit sagen.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.E.: Ja, Tory Burch.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.E.: Weil sie gut in Szene gesetzt worden ist.

C.T.: Kannst du mir das genauer erklären?

P.E.: Ja weil es oben am Bild auf den ersten Blick ersichtlich ist.

C.T.: Wie fällt dir die Marke durch den Beitrag auf?

P.E.: Eigentlich auch positiv. Für mich ist es normal, wenn Unternehmen auf diese Art Werbung machen. Ich sehe hier nichts Negatives daran.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.E.: Auch einen positiven. Leute klicken sicherlich auf die Verlinkung und schauen die Instagram Seite der Firma an. Wenn sie weiter interessiert sind, gehen sie vielleicht auf die Webseite und kaufen sich sogar etwas.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.E.: Gar nicht.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.E.: Nein, auch nicht.

C.T.: Warum nichts kaufen und nicht reagieren?

P.E.: Weil mich die Kleidung nicht angesprochen hat. Es sieht sehr schön aus und passt auch zu ihr, aber für mich ist das nichts.

C.T.: Nun kommen wir zu einem letzten Beitrag. Schau ihn dir bitte wieder an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.E.: Ja.

C.T.: Du hast erneut einen Beitrag von Xenia Overdose gesehen. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.E.: Sie ist komplett schwarz gekleidet und steht auf einem Steg. Im Hintergrund sieht man das Meer und einen blauen Himmel. Sie trägt noch eine Sonnenbrille.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?

P.E.: Dass es ein schönes Bild ist und sie nur schwarze Klamotten trägt. Das hat sie auch in der Bildbeschreibung erwähnt.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.E.: Die Klamotten waren verlinkt. Es waren verschiedene Marken und nicht nur eine.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.E.: Ich fand das Foto schön – den Hintergrund und alles. Es ist zwar ein bisschen gestellt und nicht spontan, ich finde jedoch auch gestellte Fotos können schön aussehen.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.E.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum sie den Beitrag gepostet hat?

P.E.: Entweder weil sie von den Marken Geld bekommt. Hier bin ich mir aber nicht sicher, da nicht «bezahlte Partnerschaft» steht und da sie mehrere Marken markiert hat. Oder sie hat den Beitrag gepostet, damit die Marken auf sie aufmerksam werden.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf dem Beitrag ihrem Modestil entsprechen?

P.E.: Ja.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.E.: Für mich sieht es aus, als ob sie normal unterwegs gewesen war und dann ihrer Kollegin gesagt hat, sie solle ein Foto von ihr machen. Daher kommt der Beitrag echt und glaubwürdig rüber.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken vorgekommen sind?

P.E.: Die Schuhe waren von Balenciaga glaube ich. Ich bin mir aber nicht sicher. Den Rest konnte ich mir nicht merken – vielleicht weil mehrere Marken markiert waren.

C.T.: Warum konntest du dir Balenciaga marken?

P.E.: Ehrlich gesagt, weil der Name einfacher war als die anderen. Ich habe darauf getippt und die Marken angeschaut, diese ist jedoch die einzige, welche mir hängengeblieben ist.

C.T.: Wie fallen dir die Marken auf dem Beitrag auf?

P.E.: Den Rock finde ich sehr schön. Die Schuhe eigentlich auch. Den Mantel finde ich nicht schön. Also die zwei Marken (RtA und Balenciaga) positiv und die andere Marke (CULTNKD) eher negativ.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag auf die Marken?

P.E.: Einen positiven. Ich denke den Leuten, welchen die Klamotten gefallen, werden auf die Seite gehen und sich darüber informieren.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.E.: Ich würde vielleicht auf die Seite vom Rock gehen. Mehr aber nicht.

C.T.: Würdest du den Beitrag auch liken?

P.E.: Ja.

C.T.: Würdest du auch etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.E.: Ja, der Rock gefällt mir schon sehr gut.

C.T.: Nun vergleichen wir die letzten zwei Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.E.: Ich finde beim Beitrag mit den Taxis im Hintergrund.

C.T.: Kannst du mir erklären warum?

P.E.: Weil nur eine Marke verlinkt ist und eine bezahlte Partnerschaft markiert ist. Beim zweiten Beitrag waren es drei Marken. Da ist die Chance kleiner, dass man darauf geht.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.E.: Beim Beitrag mit dem Taxi.

C.T.: Warum ist dir das so aufgefallen?

P.E.: Weil oben am Beitrag steht: «bezahlte Partnerschaft mit Tory Burch».

C.T.: Nun habe ich noch ein paar Abschlussfragen an dich. Ist dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.E.: Ja, weil es immer mit «bezahlte Partnerschaft» angegeben war und bei den bezahlten jeweils nur eine Marke markiert war. Bei den unbezahlten mehrere.

C.T.: Erwecken solche Beiträge bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest?

P.E.: Ich war einmal in New York und das ist mir ein bisschen in den Sinn gekommen.

C.T.: Und in Bezug auf schlechte Erfahrungen mit bspw. Empfehlungen oder Werbungen?

P.E.: Nein, das eigentlich noch nicht.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen auch im Alltag auf?

P.E.: Ja, eigentlich immer.

C.T.: Aus welchem Grund bzw. wie fällt es dir auf?

P.E.: Weil meistens oben am Bild «bezahlte Partnerschaft» steht. Mir fällt es manchmal auch wegen der Bildbeschreibung auf, weil da teilweise Art Werbebotschaft steht. Die bezahlten Beiträge sind auf oft inszenierter.

C.T.: Nun erkläre ich dir noch kurz etwas. Influencer müssen Kooperationen rechtlich angeben. In der Schweiz muss Werbung immer erkennbar als solche gekennzeichnet werden. Ich habe noch ein paar weitere Fragen an dich. Wie empfindest du solche Kooperationen?

P.E.: Mir gefallen die Beiträge ohne bezahlte Partnerschaft besser, denn ich habe dann das Gefühl, dass die Influencer selber von der Marke überzeugt sind. Bei den anderen preisen sie die Produkte an, weil sie Geld bekommen.

C.T.: Influencer sind ja unter anderem dafür da, um ihre Follower zu inspirieren. Fühlst du dich denn bei den bezahlten Beiträgen auf eine Art «verarscht»?

P.E.: Ja, auf eine Art schon, weil sie wahrscheinlich die Werbungen teilweise nur wegen dem Geld machen. Die Kooperation fällt mir einfach immer gleich auf und ich stemple es dann ein bisschen ab und denke: Ah, sie bekommt jetzt Geld dafür, vielleicht gefällt es ihr gar nicht.

C.T.: Wenn du auf Instagram bist und etwas entdeckst, was dir sehr gefällt, bspw. ein Shirt – ändert sich etwas an deiner Meinung, wenn du merkst, dass der Influencer dafür Geld erhalten hat?

P.E.: Zum Produkt selber?

C.T.: Ja.

P.E.: Nein, überhaupt nicht.

C.T.: Und zur Marke?

P.E.: Auch nicht.

C.T.: Also wenn es dir gefällt, dann ist dir egal, ob bezahlt oder nicht – es gefällt dir dann einfach.

P.E.: Ganz genau.

C.T.: Was findest du authentischer – ein Beitrag mit oder ohne Kooperation?

P.E.: Klar Beiträge ohne Kooperation.

C.T.: Und aus welchem Grund?

P.E.: Weil es von ihnen aus eigener Überzeugung kommt, ihnen gefällt und sie das auch im Alltag anziehen würden.

C.T.: Wie verändert sich das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass er für einen Beitrag Geld erhalten hat?

P.E.: Wenn jeder Beitrag mit einer Partnerschaft entstanden ist, dann finde ich es schlecht. Jedoch wenn es vereinzelt vorkommt, finde ich es nicht schlimm. Sie müssen auch irgendwie Geld verdienen.

C.T.: Hattest du schon einmal die Absicht etwas zu kaufen – bspw. Schuhe oder ein Shirt – was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.E.: Ja.

C.T.: Weisst du noch was das war?

P.E.: Kleider.

C.T.: Weisst du noch ob die Beiträge bezahlt waren oder nicht?

P.E.: An was ich mich als letztes erinnern kann, war keine Partnerschaft. Es war einfach die Marke markiert.

C.T.: Macht es für dich einen Unterschied ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit du die Absicht hast etwas zu kaufen?

P.E.: Auf das kaufen bezogen nicht. Der Influencer wirkt auf mich jedoch sympathischer, wenn es kein Werbebeitrag ist. Auf das Produkt selber bezogen, wirkt sich das aber nicht aus.

C.T.: Was muss ein Beitrag deiner Meinung nach haben, damit er dich anspricht und du etwas kaufen möchtest?

P.E.: Es sollte ein spontaner Beitrag sein und nicht zu gestellt. Das Gesamtbild sollte auch stimmen mit einem schönen Hintergrund.

C.T.: Was darf ein Beitrag nicht haben?

P.E.: Wenn bei einem bezahlten Beitrag die Influencer in der Bildbeschreibung so tun, als ob der Beitrag spontan entstanden ist.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 15: Transkription Interview mit Proband F

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 14. April 2018, 13:15-13:55 Uhr

Teilnehmer: Proband F, Cedric Tanner

Legende:

- **P.F.** = Proband F
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.F.: Schon recht lange. Ich glaube etwa seit 2011.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.F.: Weiblich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen?

P.F.: Freunde, Familie und Hunde.

C.T.: Dann habe ich noch ein paar grundlegende Fragen an dich. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.F.: Der Hauptgrund ist gegen Langeweile. Ich nutze es aber auch um auf dem aktuellsten Stand zu sein in Bezug auf meine Kollegen und Stars.

C.T.: Hast du dein Handy gerade hier?

P.F.: Ja.

C.T.: Kannst du mir einmal live zeigen, was du machst, wenn du die App öffnest?

P.F.: Also als erstes schaue ich mir die Startseite, um zu sehen, was es neues gibt. Dann schaue ich mir ein paar Stories an, aber nicht alle. Manchmal suche ich auch nach Personen.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.F.: Meistens von Freunden und Bekannten. Ich like auch Stars, wenn mir die Beiträge gut gefallen.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.F.: Auf Instagram bezogen?

C.T.: Nein, ganz allgemein.

P.F.: Ich schaue schon, was momentan modern ist und was ich anziehen bzw. kaufen soll.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.F.: Ich gehe auf Zalando und schaue, was es neues gibt oder gehe direkt in die Läden und schaue was es dort gibt.

C.T.: Kommt es auch vor, dass du dich auf Instagram inspirieren lässt?

P.F.: Je nach dem, wenn ich etwas Cooles sehe.

C.T.: Folgst du auf Instagram einer Person oder einem Konto, welches sich mit dem Thema Mode befasst?

P.F.: Ja ich folge ein paar Models auf Instagram.

C.T.: Folgst du auch einem Influencer auf Instagram?

P.F.: Ja.

C.T.: Warum folgst du Influencern?

P.F.: Mich interessiert was sie machen und posten.

C.T.: Wie vielen Influencern folgst du etwa?

P.F.: 10.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.F.: Ja, meine Uhr habe ich gekauft, weil ich sie irgendwo auf Instagram gesehen habe.

C.T.: Warum und von welcher Marke?

P.F.: Paul Valentine, weil sie mir gefallen hat.

C.T.: Kennst du Arten wie Modeunternehmen mit Influencern zusammenarbeiten?

P.F.: Ich denke, wenn jemand genug Follower hat, gehen die Modeunternehmen auf Influencer zu und geben ihnen Kleider, um Fotos mit diesen zu posten. Je nachdem wie viele Follower der Influencer hat, kann es sein, dass er noch Geld bekommt dafür.

C.T.: Ich zeige dir nun einen Beitrag einer Influencerin und möchte, dass du ihn dir anschaust. Danach werde ich dir ein paar Fragen dazu stellen. Gib mir bitte Bescheid, sobald du bereit bist.

P.F.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag der Influencerin Pamela Reif gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.F.: Sie stand auf einer Strasse und hatte ein Bikini Unterteil und einen Pullover an.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.F.: Ich habe mir überlegt, dass sie hübsch ist. So ein Bild kann aber nicht jeder posten, da man sonst abgestempelt wird.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.F.: Nein, eigentlich nichts.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.F.: Es ist allgemein ein sehr schönes Bild. Alles passt zusammen.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.F.: Es wirkt schon ein bisschen gestellt, aber das ist normal bei solchen Bildern.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum sie den Beitrag geteilt hat?

P.F.: Sie hat wahrscheinlich Werbung für den Pullover gemacht.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass das Outfit ihrem Modestil entspricht?

P.F.: Naja, ich denke nicht, dass sie mit solch einem Outfit normalerweise herumläuft. Aber sonst steht es ihr.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.F.: Er hat keine grosse Wirkung auf mich. Sie steht ja nur da und lacht.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern welche Marke auf dem Beitrag markiert war?

P.F.: Nein.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke nicht merken?

P.F.: Es hat mich nicht interessiert und ich habe mich darum nicht darauf geachtet.

C.T.: Auf dem Beitrag war Brandy Melville markiert. Wie fällt dir die Marke durch den Beitrag auf?

P.F.: Sie hat es direkt auf dem Pullover markiert.

C.T.: Ich meine im Sinne von positiv oder negativ?

P.F.: Ich wüsste nicht warum negativ. Es ist ein schönes Bild.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.F.: Ich denke sie hat viele Followers und daher denke ich, dass viele Leute auf die Seite der Marke gehen und sich die Kleider anschauen. Je nachdem wie interessiert die Person ist.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.F.: Ich würde nicht gross darauf reagieren. Vielleicht würde ich den Beitrag liken.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.F.: Nein, es ist ein weisser normaler Pullover, den ich auch im H&M kaufen könnte.

C.T.: Gut, dann kommen wir jetzt zu einem weiteren Beitrag. Bitte schau ihn dir wieder an und gib mir Bescheid sobald du bereit bist.

P.F.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen weiteren Beitrag der gleichen Influencerin Pamela Reif gesehen. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.F.: Sie hockt auf einem Auto und es sieht sehr unnatürlich aus. Sie trägt schwarze Sportkleidung und schöne rosa Schuhe von Puma.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du dein Beitrag angesehen hast?

P.F.: Es ist offensichtlich Werbung gewesen. Die Schuhe finde ich sehr schön. Ich hätte mich schon informiert woher sie diese hat.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.F.: Sie hat Selena Gomez in der Bildbeschreibung erwähnt.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.F.: Es ist ein schönes Bild und die Schuhe haben mir auch gut gefallen. Sie selber ist auch hübsch.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.F.: Es war ein gestelltes Bild, das stört mich aber nicht.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum sie den Beitrag gepostet hat?

P.F.: Für Werbung, damit sie Geld verdienen kann.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die präsentierten Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.F.: Ich denke schon, da die Schuhe schön sind (...). Allgemein das Outfit sieht gut aus.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.F.: Die Schuhe sind schön und gefallen ihr sicherlich auch, aber ich glaube, dass sie den Beitrag nur wegen der Werbung gepostet hat. Es wirkt nicht sehr glaubwürdig der Beitrag.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag war?

P.F.: Puma.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.F.: Weil ich es gleich auf den ersten Blick auf dem Beitrag gesehen habe und Puma auch sehr bekannt ist.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.F.: Sehr gut, da die Schuhe schön sind.

C.T.: Und in Bezug auf den Influencer Beitrag?

P.F.: Es ist offensichtlich, dass sie den Beitrag nur für Werbung gemacht hat.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag auf die Marke?

P.F.: Ich denke einen positiven Einfluss, da es sehr gut in Szene gesetzt worden ist.

C.T.: Meinst du wie vorher, dass sich ihre Follower über diese Schuhe informieren werden?

P.F.: Ja genau.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.F.: Ich würde ihn liken.

C.T.: Und in Bezug auf die Kleider?

P.F.: Da mir die Kleider und Schuhe gut gefallen, würde ich mich auch informieren, woher sie diese hat und wie teuer sie sind und ob sie in der Schweiz erhältlich sind.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.F.: Ja ich würde sicher mal schauen wie teuer die Schuhe sind.

C.T.: Nun verglichen wir die zwei Beiträge, welche ich dir eben gezeigt habe. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.F.: Ganz klar auf dem zweiten Beitrag. Sie ist da ganz schwarz gekleidet und die Schuhe stechen raus. Beim anderen ist es einfach ein weisser Pullover. Von dieser Marke gibt es sicher speziellere Kleidung.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.F.: Ich denke bei Beiden.

C.T.: Warum denkst du das?

P.F.: Weil bei beiden die Marke markiert war. Entweder hat sie bspw. die Schuhe erhalten und muss sie posten, oder sie hat so viele Follower, dass sie noch Geld dafür bekommt.

C.T.: Gut, dann kommen wir nun zu einem weiteren Influencer Beitrag. Bitte schau ihn dir genau an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.F.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag von der Influencerin Xenia Overdose gesehen. Kannst du mir sagen was du darauf gesehen hast?

P.F.: Sie hatte orange-weiße Kleider an und oben am Bild stand «bezahlte Partnerschaft mit». Die Marke habe ich schon wieder vergessen. In der Bildbeschreibung hat sie geschrieben, dass sie komplett mit dieser Marke gekleidet ist. Es ist offensichtlich Werbung gewesen.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen?

P.F.: Ich nehme mal an, sie hat den Beitrag gepostet um Geld zu verdienen. Dabei hat sie den Beitrag noch schön in Szene gesetzt.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.F.: Es ist ein gutes Foto, mehr eigentlich nicht.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.F.: Es ist schon ein bisschen zu viel Werbung. Es ist oben am Bild markiert, auf dem Bild selber und in der Bildbeschreibung wieder.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.F.: Ich weiss nicht was sie sonst anhat. Aber ich denke eher nicht.

C.T.: Warum nicht?

P.F.: Weil es mir nicht gefällt.

C.T.: Steht es ihr denn nicht?

P.F.: Vielleicht ist es schon modern, aber es passt nicht sehr gut finde ich.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.F.: Ich weiss nicht.

C.T.: Wirkt er authentisch bzw. glaubwürdig?

P.F.: Nein.

C.T.: Warum nicht?

P.F.: Es ist zu viel Werbung und der Beitrag wirkt gestellt. Vielleicht weil es mir nicht gefällt. Es ist einfach zu viel Werbung, wenn es überall steht auf einem Beitrag.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.F.: Nein, ich habe sie nicht gekannt und konnte sie mir daher auch nicht merken.

C.T.: Findest du aber die Marke ist gut in Szene gesetzt?

P.F.: Ja, das schon.

C.T.: Und warum?

P.F.: Sie hat alles von dieser Marke an und es steht auch überall, dass es diese Marke ist.

C.T.: Wie fällt dir die Marke durch den Beitrag auf?

P.F.: Sie hat sicher alles versucht, damit einem die Marke auffällt. Mir persönlich gefällt es aber nicht.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.F.: Ich würde es nicht liken.

C.T.: Einfach kurz anschauen und weitergehen?

P.F.: Genau.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.F.: Nein. Es ist nicht hässlich, ich denk Stars können das gut tragen, aber für «Normalos» finde ich es nicht passend.

C.T.: Super, dann zeige ich dir nun den letzten Beitrag. Du kannst ihn dir anschauen und mir Bescheid geben, sobald du bereit bist.

P.F.: Ja.

C.T.: Ich habe dir erneut einen Beitrag der Influencerin Xenia Overdose gezeigt. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.F.: Sie war am Strand und hatte ein komplett schwarzes Outfit an. Sie hat die Marken nur markiert, sonst nichts.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.F.: Es ist ein schöneres Bild als vorher, aber ein bisschen ein komisches Outfit für an den Strand.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.F.: Nein.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.F.: Ihr Rock hat mir gefallen und ihre Strümpfe.

C.T.: Was hat dir nicht gefallen?

P.F.: Der Mantel.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag der Grund, warum sie ihn gepostet hat?

P.F.: Ich nehme an sie wollte einfach ein Bild posten und hat gleich noch Werbung gemacht. Es ist aber nicht sehr offensichtlich wie bei der bezahlten Partnerschaft.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die präsentierten Klamotten auf ihrem Kleidungsstil beruhen?

P.F.: Es war etwas ganz anderes als beim anderen Beitrag. Ich kaufe es ihr in diesem Sinn schon ab.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.F.: Schon glaubwürdiger, als der Andere. Wenn jemand Werbung markiert, habe ich ein anderes Gefühl. Es kann schon sein, dass es ihr gefällt aber ich finde es weniger glaubwürdig.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.F.: Nein.

C.T.: Warum konntest du dir die Marken nicht merken?

P.F.: Weil es gleich drei Marken waren und ich noch nie von diesen gehört habe.

C.T.: Wie fallen dir die Marken durch den Beitrag auf?

P.F.: Ich würde nicht nachschauen, woher sie die Kleider hat. Es sind alles Kleider, welche man auch in anderen Läden in der Schweiz finden würde.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.F.: Durch das sie drei verschiedene Marken anhat würde ich sagen nicht einen sehr positiven. Ich würde eher ein Kleidungsstück nehmen, dass heraussticht.

C.T.: Also du meinst, dass wegen der drei Marken vielleicht nur auf eine Marke gehen werden und die anderen werden vernachlässigt.

P.F.: Ja, genau so meine ich es.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.F.: Ich würde ihn wahrscheinlich schon liken.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.F.: Nein, eher nicht. Es sind sehr spezielle Sachen.

C.T.: Nun vergleichen wir die beiden Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist die Marke deiner Meinung nach besser in Szene gesetzt worden?

P.F.: Die Marke ist sicherlich beim ersten Beitrag besser in Szene gesetzt worden. Sie hat darauf alles von nur einer Marke an und schreibt es überall hin.

C.T.: Kannst du mir sagen bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.F.: Beim ersten ganz klar und beim zweiten hat sie vielleicht einfach Kleidungsstücke bekommen. Ich weiss es aber nicht genau. Ich denke jedoch, dass sie es nicht «freiwillig» gemacht hat.

C.T.: Gut, dann kommen wir langsam zum Schluss. Meine Frage lautet: Ist dir der Unterschied zwischen den bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.F.: Ah, waren nicht alle Beiträge bezahlt?

C.T.: Nein.

P.F.: Also, dann nehme ich bei der zweiten Influencerin an, dass bei der bezahlten Partnerschaft sie bezahlt wurde. Bei der ersten Influencerin ist es mir gar nicht aufgefallen, wo bezahlte Partnerschaft gestanden ist. Muss man das in diesem Fall markieren?

C.T.: Ja genau, Werbeinhalte müssen in der Schweiz aus rechtlichen Gründen gekennzeichnet werden. Demzufolge ist bei den zwei Beiträgen ohne «bezahlte Partnerschaft» keine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden. Diese können als eine Art Inspiration angesehen werden, oder einfach um Aufmerksamkeit zu gewinnen.

P.F.: Okay, das macht Sinn für mich. So gewinnen sie auch immer mehr Follower. Ich denke auch, dass man es ohne «bezahlte Partnerschaft» dem Influencer mehr abkauft und es glaubwürdiger wirkt (...).

C.T.: Fällt dir der Unterschied von bezahlten und unbezahlten Beiträgen auch im Alltag auf?

P.F.: Ich dachte, dass nur schon wenn etwas markiert ist, der Beitrag bezahlt ist bzw. sie etwas erhalten haben. Zum Beispiel die Uhr von Daniel Wellington haben auch viele Influencer gratis bekommen und sie dann präsentiert. Daher fällt mir eigentlich der Unterschied nicht auf. Wenn «bezahlte Partnerschaft» steht, fällt mir das aber eigentlich immer auf.

C.T.: Erwecken solche Beiträge bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest?

P.F.: Ich verstehe die Frage nicht ganz.

C.T.: Zum Beispiel: Hast du schon einmal schlechte Erfahrungen mit einem Produkt basierend auf einer «Empfehlung» bzw. einer Werbung gemacht?

P.F.: Ich habe schon oft Kleider bestellt, welche ich auf Instagram gesehen habe – Showpo heisst sie glaube ich. Es ist eine australische Seite. Ich war am Anfang skeptisch, ob die Kleider nicht voll billig und schlecht sind, aber es waren sehr gute Kleider.

C.T.: Diese Seite hast du bei einer Influencerin gesehen?

P.F.: Ja, ich bin mir ziemlich sicher.

C.T.: Kannst du dich auch noch erinnern, ob die Beiträge bezahlt wurden, bei denen du sie entdeckt hast?

P.F.: Ja ich denke schon, da ich immer davon ausgegangen bin, dass die Beiträge mit Markierung bezahlt sind.

C.T.: Wie empfindest du solche Kooperationen, wenn sie dir auffallen?

P.F.: Ich denke einfach, dass sie damit richtig viel Geld verdienen. Ich nehme die Beiträge meistens nicht so ernst, wenn steht, dass sie bezahlt sind, weil ich weiss sie machen es wegen dem Geld.

C.T.: Demzufolge wirken sie auf dich eher unglaubwürdig?

P.F.: Ja.

C.T.: Wenn du auf Instagram etwas siehst, was dir sehr gut gefällt und du merkst, dass dieser Beitrag bezahlt ist – ändert sich dann etwas an deiner Einstellung zum Produkt?

P.F.: Viele machen ja auch Werbung bspw. für Hautmasken, allgemein für Beauty Produkte. Vor allem bei Produkten in diesem Bereich glaube ich kein Wort. Sie können ja lange sagen, dass es das beste Produkt ist. Ich kann einfach nicht glauben, dass sie es wirklich auch im Alltag benutzen. Es scheint mir einfach, dass es nur ums Geld geht.

C.T.: Und in Bezug auf Kleider?

P.F.: Ich schaue die Kleider sicher an und informiere mich darüber. Es macht mich aber trotzdem immer ein bisschen skeptisch.

C.T.: Was findest du authentischer – ein Beitrag mit oder ohne Kooperation?

P.F.: So wie du es mir erklärt hast, ist eindeutig ein Beitrag ohne Kooperation für mich authentischer.

C.T.: Aus dem Grund, weil du weisst, dass sie selber dahintersteht und nicht nur das Unternehmen?

P.F.: Genau.

C.T.: Wie verändert sich das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass er Geld erhalten hat?

P.F.: Ich glaube es einfach nicht und bin skeptischer. Wenn dann wieder ein normaler Beitrag kommt, glaube ich es dann mehr.

C.T.: Hast du schon die Absicht gehabt auf Instagram etwas zu kaufen, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.F.: Nein, es kommt nicht sehr oft vor. Am meisten im Sommer, dann suche ich immer nach Bikinis und gehe auch bewusst auf solche Seiten, um neue Sachen zu finden. Mehr wenn ich etwas Spezielles suche. Als ich LAP hatte, habe ich auch nach Seiten gesucht, um schöne Kleider zu finden.

C.T.: Macht es für dich einen Unterschied ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit du die Absicht hast etwas zu kaufen?

P.F.: Bei bezahlten Beiträgen macht es mich einfach skeptischer. Wenn mir etwas gefällt und es bezahlt ist schaue, ich es mir trotzdem an.

C.T.: Was muss deiner Meinung nach ein Beitrag haben, damit du die Absicht hast etwas zu kaufen?

P.F.: Es muss sicher gut in Szene gesetzt werden und allgemein ein schönes Bild sein.

C.T.: Was darf ein Beitrag deiner Meinung nach nicht haben?

P.F.: Fällt mir so spontan nichts ein.

C.T.: Du hast während dem Interview erwähnt, dass du es nicht magst, wenn du überall auf dem Beitrag merkst, dass es Werbung ist. Also oben am Bild, auf dem Bild und in der Bildbeschreibung.

P.F.: Wenn es mir sehr gut gefällt, schaue ich über das hinweg, aber ja du hast recht. Es kann jedoch sein, dass ich den Beitrag einfach ignoriere.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 16: Transkription Interview mit Proband G

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 16. April 2018, 16:45-17:22 Uhr

Teilnehmer: Proband G, Cedric Tanner

Legende:

- **P.G.** = Proband G
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.G.: Etwa seit 2015.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.G.: Männlich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen?

P.G.: Fussball und allgemein Sport.

C.T.: Dann habe ich noch ein paar grundlegende Fragen zum Interview. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.G.: Um Bilder und Videos anzuschauen.

C.T.: Hast du dein Handy gerade in der Nähe?

P.G.: Ja.

C.T.: Kannst du mir zeigen was du machst, wenn du die App öffnest? Der normale Verlauf, wenn du auf Instagram bist.

P.G.: Ich gehe auf die App, dann schaue ich mir die Bilder an und wenn mir etwas gefällt like ich es.

C.T.: Also hauptsächlich auf der Startseite?

P.G.: Ja genau. Früher ging ich noch bei «Abonniert» nachschauen, aber das mache ich heute nicht mehr. Eigentlich bin ich nur noch auf der Startseite und scrolle nach unten und like was mir gefällt.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.G.: Meistens Sachen über Fussball. Ich folge hauptsächlich Fussballstars.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.G.: Eigentlich nicht so.

C.T.: Wo informierst du dich bzw. wo lässt du dich inspirieren für deinen Kleidungsstil?

P.G.: Ein bisschen auf Zalando. Auf Instagram eher nicht, ausser bei einer Seite, welcher ich folge.

C.T.: In diesem Fall kommt es auch vor, dass du dich auf Instagram inspirieren lässt?

P.G.: Ja, zum Teil.

C.T.: Folgst du einem Influencer auf Instagram?

P.G.: Das ist einfach einer der Werbung macht oder?

C.T.: Ja, zu Influencern zählen berühmte Leute aber hauptsächlich auch Blogger bzw. Modeblogger.

P.G.: Nein, Modebloggern folge ich nicht. Aber berühmten Leuten schon.

C.T.: Also ein gutes Beispiel wäre Cristiano Ronaldo, da er auch viel für Kleidung wirbt.

P.G.: Doch, dann folge ich einem Influencer. Aber dem folge ich, weil er ein Fussballer ist, nicht wegen der Mode. Aber sonst Modebloggern folge ich nicht.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast? Ich gehe jetzt bei dir auf das Beispiel mit einem Fussballer ein – bspw. Fussballschuhe oder Sportkleidung.

P.G.: Nein.

C.T.: Hattest du auch nie die Absicht um so etwas zu kaufen? Also als du es gesehen hast das du es sehr cool gefunden hast?

P.G.: Also Kleidung meinst du? Oder Schuhe?

C.T.: Kleider und Schuhe, egal was.

P.G.: Ja, die Absicht hatte ich schon einmal, aber ich habe es nie richtig durchgezogen.

C.T.: Okay und warum nicht?

P.G.: Keine Ahnung, das Geld hat gefehlt.

C.T.: Kennst du Arten wie Modeunternehmen mit Influencern zusammenarbeiten können?

P.G.: Ja, mit T-Shirts verkaufen und dann machen die Werbung mit diesem T-Shirt. Es gibt ja so Schleichwerbungen und solche Sachen.

C.T.: Ich zeige dir nun einen Beitrag von einem Modeblogger. Du kannst ihn dir kurz anschauen und mir Bescheid geben, sobald du bereit bist.

P.G.: Okay.

C.T.: Du hast jetzt gerade einen Beitrag von einem Influencer Magic Fox gesehen. Kannst du mir erzählen was du darauf gesehen hast?

P.G.: Ich habe einen Mann gesehen, der hatte modische Kleidung an. Ich habe noch eine Frage gesehen.

C.T.: Was ging dir dabei durch den Kopf als du dir den Beitrag angeschaut hast?

P.G.: Die Klamotten haben gut ausgesehen und auch er sah gut aus. Das Foto war gut.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.G.: Er hatte viele Likes.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.G.: Die Kleidung, welche er trug. Die Schuhe waren auch gut.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.G.: Eigentlich nicht, nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, weshalb er diesen Beitrag gepostet hat?

P.G.: Ich denke um Werbung für diese Unternehmen zu machen. Er verdient sicher so sein Geld.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.G.: Schwierig zu beantworten, denn ich kenne ihn ja nicht.

C.T.: Ja stimmt. Findest du er sieht verkleidet aus?

P.G.: Nein, finde ich nicht.

C.T.: Wirkt dieser Beitrag auf dich authentisch bzw. glaubwürdig?

P.G.: Ja irgendwie schon.

C.T.: Kannst du dich erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.G.: Nein. Habe mich nicht darauf geachtet.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marken?

P.G.: Es gehen sicher ein paar Leute auf diese Marke und schauen sich diese Seite kurz an.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.G.: Ich würde es liken, weil es mir gefällt. Auch den Hintergrund finde ich schön. Auch die Kleider und die Schuhe sehen gut aus. Ich würde es sicher liken und wenn ich die Marken gesehen hätte, wäre ich auf die Seiten gegangen und hätte diese angeschaut.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.G.: Ich würde zuerst mal schauen wie teuer das ist. Wenn es mir wirklich gefallen würde, würde ich es schon kaufen.

C.T.: Wir machen das gleiche jetzt mit einem weiteren Beitrag. Bitte schau ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.G.: Ja.

C.T.: Du hast erneut einen Beitrag vom Influencer Magic Fox gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.G.: Ich habe oben am Beitrag gesehen, dass es eine bezahlte Partnerschaft ist. Es ist sicher ein gewolltes Bild, um Werbung zu machen.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen als du den Beitrag angesehen hast?

P.G.: Wenn ich es mit dem vorherigen Beitrag vergleiche, finde ich den ersten Beitrag besser. Die Klamotten haben mir beim anderen Beitrag besser gefallen. Mir gefallen die Klamotten auf diesem Beitrag nicht.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.G.: Dieser Beitrag hatte weniger Likes als der vorherige.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.G.: Ehrlich gesagt nichts.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum er diesen Beitrag gepostet hat?

P.G.: Ich denke um Werbung für Prada zu machen.

C.T.: Kaufst du ihm diesen Kleidungsstil ab?

P.G.: Ich weiss nicht.

C.T.: Wirkt der Beitrag authentisch bzw. glaubwürdig?

P.G.: Naja, es wirkt mehr gestellt.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke vorgekommen ist?

P.G.: Ja, Prada.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.G.: Prada kenne ich bereits.

C.T.: Wie fällt dir die Marke durch den Beitrag auf?

P.G.: Ich habe es oben in der bezahlten Partnerschaft gesehen. Von den Klamotten her würde ich es nicht erkennen.

C.T.: Fällt dir die Marke durch den Beitrag eher positiv oder negativ auf?

P.G.: Eher negativ, da mir die Klamotten nicht sehr gefallen.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.G.: Sie machen sicher Werbung mit dem Beitrag.

C.T.: Denkst du Leute gehen durch diesen Beitrag auf die Prada Seite?

P.G.: Ich weiss nicht. Ich wäre nicht darauf gegangen, da mir die Klamotten nicht gefallen haben.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.G.: Ich würde einfach weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.G.: Nein.

C.T.: Nun vergleichen wir die beiden Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.G.: Für mich beim ersten.

C.T.: Und aus welchem Grund?

P.G.: Ich finde da die Klamotten schöner, allgemein das ganze Bild. Auch die Farben Klamotten gefallen mir besser beim ersten Beitrag.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem der beiden Beiträge eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist.

P.G.: Wahrscheinlich beim zweiten, da dort «bezahlte Partnerschaft mit Prada» steht.

C.T.: Ich zeige dir nun einen weiteren Influencer Beitrag. Bitte schau dir den Beitrag an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.G.: Okay.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag vom Influencer Adam Gallagher gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.G.: Es ist eine Partnerschaft mit Hugo Boss. Der Beitrag wirkt auf mich inszeniert – man hat das Foto mit Absicht gemacht. Es ist kein Schnappschuss oder so. Das Bild ist schön und ich hätte es geliket. Der Kleidungsstil gefällt mir auch.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen als du den Beitrag angeschaut hast?

P.G.: Sicher, dass der Beitrag inszeniert ist.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.G.: Dass es eine bezahlte Partnerschaft mit Boss ist.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.G.: Es ist ein schönes Bild, der Hintergrund ist schön mit der Brücke. Auch die Klamotten gefallen mir.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.G.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum er diesen Beitrag gepostet hat?

P.G.: Er macht Werbung für Boss. Vielleicht arbeitet er für Boss oder wurde angefragt.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.G.: Nein, nicht unbedingt.

C.T.: Wirkt er verkleidet?

P.G.: Ja, ein bisschen.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.G.: Ich kaufe ihm den Beitrag nicht wirklich ab. Ihm stehen die Klamotten schon, jedoch ist der Beitrag sehr gestellt.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.G.: Ja, Hugo Boss.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.G.: Weil ich die Marke schon kenne.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.G.: Eher positiv. Ich finde die Marke toll und ich habe auch selber ein paar Sachen davon. Hier auf dem Beitrag sind die Klamotten auch schön.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.G.: Es wird wieder Werbung für die Marke gemacht und es gehen vielleicht Leute dadurch auf das Hugo Boss Profil und informieren sich darauf.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.G.: Ich würde sicher einmal auf die Hugo Boss Seite gehen, hätte jedoch nicht die Absicht etwas zu kaufen.

C.T.: Aus welchem Grund?

P.G.: Weil ich momentan nicht genug Geld habe.

C.T.: Ich zeige dir nun einen letzten Beitrag. Bitte schau ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.G.: Ja.

C.T.: Du hast erneut einen Beitrag vom Influencer Adam Gallagher gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.G.: Es ist wieder ein Modebild. Es ist wahrscheinlich auch eine Werbung – man hat es aber oben nicht als bezahlte Partnerschaft markiert.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.G.: Das Bild war schön, auch die Klamotten finde ich schön.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.G.: Die Marke Zara war darauf markiert.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.G.: Das Bild hat auf mich sehr schön gewirkt.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.G.: Nein.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund warum er ihn gepostet hat?

P.G.: Um Werbung zu machen. Er ist vielleicht von Zara angefragt worden und bekommt vielleicht die Klamotten gratis, wenn er sie auf Instagram postet.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.G.: Nein, kaufe ich ihm nicht ab.

C.T.: Warum nicht?

P.G.: Ich habe das Gefühl er macht das um Geld zu verdienen. Ich denke er hat einen anderen Stil und macht das nur für die Werbung.

C.T.: Wirkt der Beitrag auf dich authentisch bzw. glaubwürdig?

P.G.: Ja, es kommt eigentlich glaubwürdig rüber.

C.T.: Warum?

P.G.: Es passt irgendwie zu ihm.

C.T.: Dann kaufst du ihm doch ab, dass die Klamotten auf seinem Stil beruhen?

P.G.: Ja, das ist ein bisschen kompliziert. Ich denke er macht damit Werbung. Jedoch denke ich, dass die Unternehmen darauf schauen, dass sie passende Influencer aussuchen. Er passt dazu. Ich denke aber nach wie vor, dass es nicht sein Stil ist.

C.T.: Kannst du dich erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.G.: Zara konnte ich mir merken.

C.T.: Aus welchem Grund konntest du dir Zara merken?

P.G.: Weil ich Zara schon kenne und mir schon Klamotten davon gekauft habe.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.G.: Weil sie auf dem Beitrag markiert wurde.

C.T.: Und im Sinne von negativ und positiv?

P.G.: Eher positiv, da die Klamotten relativ schön sind.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.G.: Ich denke auch wieder um Werbung zu machen. Und auch damit die Leute auf die Marke gehen – daher sind auch die Marken markiert.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.G.: Ich würde auf die Zara Seite gehen.

C.T.: Und dann etwas Spezifisches suchen?

P.G.: Nein, ich würde allgemein schauen, was Zara Neues hat.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.G.: Nein.

C.T.: Nun vergleichen wir die letzten Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.G.: Ich finde beim ersten Bild, weil oben «bezahlte Partnerschaft mit Boss» steht. Auf den Klamotten sieht man es nicht gleich, welche Marke es ist. Beim zweiten Beitrag sieht man es erst, wenn man auf den Beitrag klickt und sich die Markierungen anschaut. Ich finde es beim ersten Bild besser.

C.T.: Kannst du mir sagen bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.G.: Wahrscheinlich bei Beiden. Beim ersten steht einfach noch «bezahlte Partnerschaft». Beim Ersten bekommt er sicher eine Entschädigung. Beim Zweiten weiss ich nicht, ob er eine Entschädigung bekommt oder ob er nur die Klamotten behalten darf.

C.T.: Wir kommen nun zu den Abschlussfragen. Ich erkläre dir nun kurz den Unterschied. Ich habe dir pro Influencer je einen bezahlten und einen unbezahlten Beitrag gezeigt. Die bezahlten Beiträge sind klar mit der bezahlten Partnerschaft markiert. Bei den anderen zwei Beiträgen kann man davon ausgehen, dass keine Bezahlung erfolgte, da in der Schweiz Werbeinhalte gekennzeichnet werden müssen. Da nirgends auf diesen zwei Beiträgen eine Markierung eines Werbeinhaltes angegeben wird, kann man davon ausgehen, dass keine Partnerschaft mit einem Unternehmen entstanden ist. Was meinst du dazu?

P.G.: Ich kann das nicht ganz glauben. Ich denke sie erhalten bei den unbezahlten Beiträgen immerhin die Klamotten gratis.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen bzw. die bezahlten Partnerschaften auch im Alltag auf?

P.G.: Ja, fällt mir auf. Ich sehe die bezahlte Partnerschaft immer gleich. Bei den Fussballstars kommt das noch oft vor mit Adidas oder Nike. Oft für Schuhe oder Shirts.

C.T.: Hast du schon einmal die Absicht gehabt solche Schuhe zu kaufen?

P.G.: Nein, eigentlich nicht.

C.T.: Warum nicht?

P.G.: Weil die Schuhe recht teuer sind. Ich brauche auch nicht so teure Schuhe.

C.T.: Wie empfindest du solche Kooperationen, wenn du sie bemerkst?

P.G.: Eigentlich ganz normal. Ich finde das nicht schlimm.

C.T.: Stört es dich nicht?

P.G.: Nein, es fällt mir einfach auf. Früher ist das ja nicht gestanden.

C.T.: Wenn du auf Instagram etwas siehst, was dir sehr gefällt. Ändert sich dann etwas an deiner Einstellung, wenn du merkst, dass der Influencer dafür Geld bekommen hat?

P.G.: Nein, wenn es mir gefällt, dann gefällt es mir. Es spielt keine Rolle.

C.T.: Was findest du authentischer – einen Beitrag mit oder ohne Kooperation?

P.G.: Ich weiss ja nicht ob er Geld erhalten hat oder nicht.

C.T.: Geh mal davon aus, dass wenn keine bezahlte Partnerschaft angegeben ist, dass er auch kein Geld erhalten hat.

P.G.: Ich finde eigentlich beides gleich.

C.T.: Gibt es nichts, was dich mehr anspricht – bspw., wenn er etwas aus eigener Überzeugung postet?

P.G.: Nein, es ist mir eigentlich egal.

C.T.: Hattest du schon einmal die Absicht etwas zu kaufen, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.G.: Nein.

C.T.: Macht es bei dir einen Unterschied, ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit du die Absicht hast etwas zu erwerben?

P.G.: Nein, ist mir egal.

C.T.: Was muss deiner Meinung nach ein Beitrag haben, damit er dich anspricht?

P.G.: Es muss sicher etwas sein, was mir gefällt. Die Farben und das Gesamtbild müssen einfach stimmen.

C.T.: Was darf ein Beitrag nicht haben?

P.G.: Er darf keine rassistischen Sachen auf dem Beitrag haben.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 17: Transkription Interview mit Proband H

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 19. April 2018, 18:50-19:30 Uhr

Teilnehmer: Proband H, Cedric Tanner

Legende:

- **P.H.** = Proband H
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.H.: Seit etwa 2012.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.H.: Männlich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen?

P.H.: Sport.

C.T.: Nun noch ein paar grundlegende Fragen. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.H.: Um zu sehen, was meine Kollegen unternehmen.

C.T.: Ich sehe du hast gerade dein Handy hier. Kannst du mir zeigen was der normale Verlauf ist, wenn du die App öffnest?

P.H.: Ja. Also ich öffne die App und schaue zuerst ein paar Stories an. Dann schaue ich mir die Startseite an.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.H.: Mehrheitlich von Kollegen, aber auch allgemein schöne Bilder.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.H.: Nicht speziell gross.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren wie du dich anziehst?

P.H.: Ja auf Instagram sieht man noch Stars, welche sich gut kleiden. Aber auch im Umfeld lasse ich mich inspirieren bspw. bei Kollegen.

C.T.: Folgst du auf Instagram einer Person oder einem Konto, welches sich mit dem Thema Mode befasst?

P.H.: Nein.

C.T.: Folgst du aber einem Influencer?

P.H.: Ja, das schon.

C.T.: Warum folgst du denen?

P.H.: Weil ich die Personen einfach «cool» finde. Als Inspiration sehe ich sie eher weniger an.

C.T.: Einfach zu schauen, was sie so machen?

P.H.: Ja genau.

C.T.: Wie vielen Influencern folgst du etwa?

P.H.: So um die 15.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast? In Bezug auf Kleider?

P.H.: Nein.

C.T.: Kennst du Arten wie Modeunternehmen mit Influencer zusammenarbeiten können?

P.H.: Ja, Influencer haben viele Follower. Unternehmen geben dann den Influencern ihre Produkte und sie posten sie dann auf Instagram. Da sie viele Follower haben ist das eigentlich die beste Werbung.

C.T.: Ich zeige dir nun einen Influencer Beitrag. Bitte schau ihn dir genau an und melde dich, wenn du bereit bist.

P.H.: Ja.

C.T.: Also du hast soeben einen Beitrag vom Influencer Magic Fox gesehen. Das ist ein deutscher Influencer. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.H.: Man sieht, dass der Mann Wert auf Mode legt.

C.T.: Was noch?

P.H.: Ich weiss nicht. Wahrscheinlich ist er Model und er trägt schöne Kleider. Vielleicht war das gerade ein Fotoshooting. Mit dem Beitrag möchte er vielleicht die Kleider vermarkten und sich selber auch.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.H.: Ob mir die Kleider gefallen, welche er trägt. Wenn ich Bilder von solchen Leuten anschau, gehe ich manchmal noch auf das Profil um mir Inspiration zu holen.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas auf dem Beitrag aufgefallen?

P.H.: Nein nicht wirklich.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.H.: Der Kleiderstil gefällt mir.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.H.: Nein, alles gut.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum er den Beitrag gepostet hat?

P.H.: Weil es einfach gut aussieht.

C.T.: Und sonst noch, welche Absichten hat er gehabt?

P.H.: Vielleicht, dass ihn Modelagenturen oder andere Unternehmen entdecken. Ich habe es wieder vergessen, aber vielleicht macht er auch noch Werbung.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass diese Kleider auf seinem Modestil beruhen?

P.H.: Ja.

C.T.: Also sieht er nicht verkleidet oder ähnliches aus?

P.H.: Nein, ich finde es passt zu ihm.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.H.: Gut, die Kleider passen auch zu ihm und es sieht seriös aus.

C.T.: Kannst du dich erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.H.: Ich habe mich ehrlich gesagt nicht darauf geachtet.

C.T.: Welchen Einfluss hat deiner Meinung nach der Beitrag auf die Marke?

P.H.: Ich sehe er hat viele Followers und daher ist es gut für die Unternehmen, da den Beitrag viele Leute sehen. Wenn jemandem etwas auf dem Beitrag gefällt, geht diese Person sicher auf die Seite und sucht nach weiteren Sachen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren, wenn du ihn auf Instagram sehen würdest?

P.H.: Ich würde auf die Seite gehen und mich über die Produkte informieren, da mir das Outfit gefällt.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.H.: Ja die Jacke vielleicht oder das Hemd.

C.T.: Ich zeige dir nun einen weiteren Beitrag. Schau ihn dir bitte wieder an und melde dich, sobald du bereit bist.

P.H.: Ja.

C.T.: Kannst du mir auch hier erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.H.: Wie es aussieht hat er Werbung für Prada gemacht und ist dafür nach New York.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.H.: Ich habe mich darauf geachtet, was er anhat und ob es mir auch gefällt.

C.T.: Was hat dir auf dem Beitrag gefallen?

P.H.: Nichts spezielles. Die Idee mit dem Hintergrund in New York hat mir gefallen.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.H.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum er den Beitrag gepostet hat?

P.H.: So wie es aussieht macht er wie gesagt Werbung für Prada und verdient damit Geld.

C.T.: Warum ist dir das aufgefallen?

P.H.: Weil er es markiert hat und in der Bildbeschreibung geschrieben hat, dass die Jacke von Prada ist.

C.T.: Wie hat er es markiert?

P.H.: Oben am Bild.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass diese Klamotten auf seinem Kleidungsstil beruhen?

P.H.: Ja, ich denke schon.

C.T.: Wirkt der Beitrag auf dich authentisch bzw. glaubwürdig?

P.H.: Nein, nicht sehr. Ich finde den Beitrag sehr gespielt. Wenn ich ihn sehen würde, dann würde ich den Beitrag nicht lange anschauen.

C.T.: Weil es eben gestellt ist?

P.H.: Genau. Das Outfit sticht auch nicht sehr heraus, daher würde ich schnell weiter scrollen.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke darauf vorgekommen ist?

P.H.: Prada.

C.T.: Genau. Warum konntest du dir die Marke merken?

P.H.: Weil die Marke sehr bekannt ist und es auch zweimal markiert ist.

C.T.: Wie ist dir die Marke Prada durch den Beitrag aufgefallen?

P.H.: Weil er es mehrmals auf dem Beitrag markiert und erwähnt hat.

C.T.: Und im Sinne von positiv oder negativ? Bzw. was hast für einen Eindruck von der Marke durch den Beitrag?

P.H.: Ich habe eigentlich keine positive oder negative Meinung durch den Beitrag. Ich denke nur, Prada ist normalerweise ein bisschen glamouröser.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.H.: Es hat keinen grossen Einfluss, da ich denke, dass das Bild zu wenig packt und daher keinen grossen Einfluss auf die Marke hat.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.H.: Ich würde den Beitrag nur kurz anschauen und dann weitergehen.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.H.: Nein, um etwas zu kaufen, gefallen mir die Kleider zu wenig.

C.T.: Dann vergleichen wir nun die zwei Beiträge miteinander. Meine Frage lautet: Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.H.: Beim zweiten Bild mit Prada.

C.T.: Aus welchem Grund?

P.H.: Weil er es oben am Bild markiert hat und unten auch. Er hat auch nicht sehr viel dazu geschrieben und aus diesen Gründen fällt Prada sofort auf. Beim anderen Beitrag hat er einen grösseren Text geschrieben und das «versteckt» die Marken auf eine Art. Da er es beim ersten Beitrag nur markiert hat, muss man auch extra auf den Beitrag klicken um die Marken zu sehen. Beim zweiten Beitrag fällt es einem direkt ins Auge.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem der beiden Beiträge eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.H.: Ich denke den ersten Beitrag hat er selber gemacht mit einem Kollegen oder so. Aber eine Kooperation mit einem Unternehmen ist beim zweiten Beitrag mit Prada entstanden.

C.T.: Warum fällt dir das so auf?

P.H.: Er hat es markiert, dass er eine Partnerschaft mit Prada hat.

C.T.: Jetzt machen wir das gleiche noch einmal mit einem anderen Influencer. Ich zeige dir nun einen weiteren Beitrag und möchte, dass du ihn dir wieder anschaust. Gib mir bitte Bescheid, sobald du bereit bist.

P.H.: Ja.

C.T.: Kannst du mir erzählen, was du auf dem Beitrag gesehen hast?

P.H.: Wieder ein Model, dass Kleider vermarkten will. Er hat sich gut in Szene gesetzt, der Hintergrund passt auch sehr schön mit der Brücke. Es ist nicht nur eine Wand im Hintergrund, sondern eine schöne Brücke. Die ganze Inszenierung des Bildes ist gelungen. Wenn man durch Instagram scrollt, bleibt man hier sicher hängen, da es ein qualitativ gutes Bild ist.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.H.: Mich nimmt es erstmal wunder, wo er überhaupt ist. Der Style hat mich auch interessiert.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.H.: Ich finde es ein gutes Foto mit der Idee auf dem Stein vor dieser Brücke.

C.T.: Was gefällt dir am Beitrag nicht?

P.H.: Ich finde es wirklich ein gutes Bild.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag der Grund warum er ihn gepostet hat?

P.H.: Er hat einen guten Standort mit der Brücke gewählt und daher bleibt man bei diesem Beitrag sicher schnell hängen. Er präsentiert aber auch für Hugo Boss die Marke.

C.T.: Wie ist dir das aufgefallen?

P.H.: Weil er es markiert hat mit bezahlter Partnerschaft und noch in der Beschreibung.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Kleider auf seinem Modestil beruhen?

P.H.: Ja, auch vom Haarschnitt her und wie er allgemein aussieht passt es.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.H.: Der Beitrag wirkt gut auf mich. Es sieht professionell aus und der Kleiderstil ist auch schön.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag markiert ist?

P.H.: Hugo Boss.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.H.: Weil ich die Marke schon gekannt habe und weil sie mir gefällt. Aber auch da sie überall markiert worden ist.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.H.: Weil er sie mehrmals markiert hat.

C.T.: Und im Sinne von negativ und positiv?

P.H.: Positiv, weil sie machen sehr schöne und exklusive Kleider, so wie auf dem Beitrag.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.H.: Einen guten. Ich denke viele Leute, welche Hugo Boss oder diesen Kleidungsstil gut finden, werden auf den Beitrag klicken und sich darüber informieren. Nicht spezifisch auf diese Kleider – ich denke die Leute werden allgemein Kleider der Marke suchen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.H.: Ich würde wahrscheinlich mal schauen, was es bei Hugo Boss so gibt.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.H.: Nein, es würde nicht zu mir passen.

C.T.: Ist es nicht dein Stil?

P.H.: Doch schon auf eine Art, jedoch nicht genau das was er trägt.

C.T.: Nun zeige ich dir den letzten Beitrag. Bitte schau ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.H.: Ja.

C.T.: Kannst du mir auch bei diesem Beitrag erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.H.: Es ist wieder ein Model, das sich selber zeigen bzw. vermarkten will. Er hat keine Partnerschaft markiert.

C.T.: Was geht dir durch den Kopf, wenn du den Beitrag anschaust?

P.H.: Er versucht die Marken herüberzubringen und Leute zu inspirieren, indem die Kleider herausstechen.

C.T.: Was gefällt dir am Beitrag?

P.H.: Ich finde es einen schönen Hintergrund mit einer Art Altstadt. Es ist nicht so mein Kleiderstil, aber ich finde es sieht elegant aus.

C.T.: Was gefällt dir nicht?

P.H.: Der Rollkragenpullover gefällt mir nicht so.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund warum er in gepostet hat?

P.H.: Ich weiss nicht genau, ich denke er macht Werbung und wird dafür bezahlt.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.H.: Ja, ich kaufe es ihm ab. Es passt zu ihm.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.H.: Schon authentisch aber trotzdem ein bisschen gestellt.

C.T.: Warum authentisch?

P.H.: Weil ich es ihm abkaufe, dass er im Alltag so rumläuft.

C.T.: Kannst du dich erinnern, welche Marken auf dem Beitrag vorgekommen sind?

P.H.: Ich kann mich nur an Zara erinnern.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke Zara merken?

P.H.: Weil es die einzige ist, welche ich gekannt habe.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch diesen Beitrag aufgefallen – auf Zara bezogen?

P.H.: Für mich macht es eher ein gutes Bild auf Zara. Der Rollkragenpullover passt zu ihm und es ist ein professionelles Bild. Daher eher positiv.

C.T.: Welchen Einfluss hat deiner Meinung nach der Beitrag auf Zara?

P.H.: Ich denke die Leute, welche durch diesen Kleidungsstil angesprochen werden, werden auch auf die Seite gehen und sich über diesen Kleidungsstil informieren.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.H.: Nicht gross, da es nicht mein Kleidungsstil ist. Ich würde einfach weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.H.: Vielleicht seine Uhr (*lacht*).

C.T.: Den Rest nicht?

P.H.: Nein.

C.T.: Nun vergleichen wir die letzten zwei Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt worden?

P.H.: Beim ersten Beitrag mit der Brücke, da er es mehrmals markiert hat. Es sticht sofort heraus.

C.T.: Was denkst du, bei welchem Beitrag ist eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden?

P.H.: Beim ersten Beitrag, da er die Partnerschaft mit Hugo Boss angegeben hat.

C.T.: Dann habe ich noch ein paar Abschlussfragen. Ist dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.H.: Ja ich nehme schon an. Sie haben bei zwei Beiträgen diese Partnerschaften angegeben und bei den anderen einfach nur die Marke auf dem Bild markiert.

C.T.: Warum denkst du, dass die Marke nur markiert wird?

P.H.: Dass die Firmen auf die Personen aufmerksam werden.

C.T.: Dann erkläre nun noch kurz den Unterschied. Du hast richtig erkannt, dass diese zwei Beiträge in einer Kooperation mit einem Unternehmen entstanden sind. Bei den anderen zwei Beiträgen kann man davon ausgehen, dass da keine Bezahlung erfolgte da in der Schweiz Werbeinhalte gekennzeichnet werden müssen. Da nirgends auf diesen zwei Beiträgen eine Markierung eines Werbeinhaltes angegeben wird, kann man davon ausgehen, dass auch keine Partnerschaft mit einem Unternehmen entstanden ist.

P.H.: Okay, ich verstehe.

C.T.: Erwecken solche Beiträge bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest? Hast du bspw. schon einmal eine schlechte bzw. gute Erfahrung gemacht mit einer «Empfehlung» oder mit einer Werbung.

P.H.: Ich verstehe was du meinst, jedoch kann ich mich nicht erinnern, dass ich schon einmal eine Erfahrung damit gemacht habe.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Influencer Beiträgen auch im Alltag auf?

P.H.: Ja, mir fällt es schon auf. Die bezahlten sind qualitativ besser gemacht und die Kulisse ist meistens spektakulärer bzw. ungewöhnlicher.

C.T.: Fällt dir die Markierung der bezahlten Partnerschaft auch im Alltag auf oder nur in diesem Interview?

P.H.: Das fällt mir ehrlich gesagt im Alltag nicht wirklich auf. Ich denke ich habe mich bei diesem Interview mehr darauf geachtet.

C.T.: Was denkst du über solche Kooperationen?

P.H.: Ich finde es grundsätzlich eine gute Sache, da man nicht lange nach der Marke suchen muss auf den Beiträgen, da sie einem direkt ins Auge sticht. Man kann einfach und direkt auf die Seite gehen und findet dadurch wahrscheinlich auch weitere Klamotten, welche einem gefallen.

C.T.: Wenn du auf Instagram bist und du etwas siehst, was dir sehr gefällt – ändert sich etwas an deiner Einstellung zum Kleidungsstück, wenn du merkst, dass der Influencer für den Beitrag bezahlt wurde?

P.H.: Nein. Wenn es mir gefällt, dann kommt es nicht darauf an, ob der Beitrag bezahlt ist oder nicht. Mir gefällt es dann einfach.

C.T.: Was findest du authentischer? Ein Beitrag mit oder ohne Kooperation?

P.H.: Klar die unbezahlten Beiträge, da darauf ihre eigene «Meinung» abgebildet ist. Er zieht nur das an, was ihm auch gefällt und steht. Bei den bezahlten Beiträgen gibt die Firma vor, was er anziehen soll.

C.T.: Verändert sich das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass er Geld für einen Beitrag erhalten hat?

P.H.: Nein, nicht wirklich. Es stört mich auch nicht.

C.T.: Hast du schon einmal die Absicht gehabt, etwas zu kaufen, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.H.: Ja, das hat es schon oft gegeben. Schlussendlich habe ich aber die Sachen dann doch nicht gekauft.

C.T.: Und aus welchem Grund?

P.H.: Manchmal habe ich den Artikel nicht gefunden oder es war zu teuer. Bei Seiten welche ich nicht kenne, war ich oft auch skeptisch und habe aus diesem Grund nichts bestellt.

C.T.: Was spricht dich meistens an? Welche Kleidungsstücke?

P.H.: Mehr Klamotten um auszugehen. Hemden, Lederjacken oder Pullover.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, ob das bezahlte oder nicht bezahlte Beiträge waren?

P.H.: Mir ist es nicht wirklich aufgefallen aber ich denke schon, dass die Beiträge teilweise bezahlt wurden.

C.T.: Macht es für dich einen Unterschied ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit dir die Klamotten darauf gefallen?

P.H.: Nein, mir ist das eigentlich egal.

C.T.: Was muss ein Beitrag haben, damit er dich anspricht und du die Absicht hast etwas zu kaufen?

P.H.: Es muss ein Bild sein, bei dem etwas heraussticht und man automatisch stoppt dabei. Es muss natürlich auch meinem Stil entsprechen.

C.T.: Was darf ein Beitrag nicht haben?

P.H.: Es dürfen keine schlechten Bilder sein. Also die Qualität muss stimmen und es muss professionell wirken. Man muss es dem Influencer auch abkaufen.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 18: Transkription Interview mit Proband I

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 21. April 2018, 11:20-12:10 Uhr

Teilnehmer: Proband I, Cedric Tanner

Legende:

- **P.I.** = Proband I
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.I.: Das ist eine gute Frage (...). Ich denke seit 2013.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.I.: Weiblich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen?

P.I.: Ich mache sehr gerne Sport und spiele Volleyball. Ich gehe auch regelmässig ins Fitness, aber bin auch sehr gerne draussen in der Natur. Mit Kollegen oder Hunden verbringe ich auch gerne Zeit.

C.T.: Dann habe ich noch ein paar grundlegende Fragen. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.I.: Hauptsächlich um mich über Kollegen auf dem Laufenden zu halten. Es geht mir dabei weniger um mich, damit ich viel poste. Ich finde jeder benutzt es einfach heutzutage.

C.T.: Hast du dein Handy gerade hier?

P.I.: Ja.

C.T.: Kannst du mir einmal live zeigen, was du machst, wenn du die App öffnest?

P.I.: Ich öffne die App und sehe mir als erstes meine Nachrichten an. Dann schaue ich mir die Stories und die Hauptseite an. Wenn ich damit fertig bin, schaue ich mir bei «Search» noch weitere Beiträge an.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.I.: Ich like überhaupt nicht viel. Vor allem like ich Bilder von Kolleginnen und Kollegen. Teilweise like ich auch Bilder von Prominenten und Influencern, wenn sie mir sehr gut gefallen. Es gibt jedoch nicht eine Person von der ich alles like.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.I.: Ich interessiere mich schon für Mode. Es ist aber nicht so, dass ich nur Klamotten anziehe, welche modisch sind. Ich habe nicht voll den Fokus darauf. Wahrscheinlich liegt es daran, dass ich den Trend nicht verfolgen kann, da ich zu wenig Geld habe als Schülerin. Es ist bei mir glaube ich noch nie vorgekommen, dass mir etwas sehr gefallen hat und ich dann das gleiche Teil nachgekauft habe. Ich habe auch noch nie etwas aus Amerika bestellt.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.I.: Ich denke schon, dass es hauptsächlich auf Instagram passiert. Manchmal schaue ich mir auch noch Magazine an. Hauptquelle ist aber schon Instagram.

C.T.: Folgst du auf Instagram einer Person oder einem Konto, welches sich mit dem Thema Mode befasst?

P.I.: Nur Thema Mode nicht. Ich folge aber schon einigen, welche immer wieder etwas mit dem Thema Mode posten, jedoch nicht nur. Zum Beispiel H&M oder ähnliches folge ich nicht.

C.T.: Folgst du auf Instagram auch einem Influencer?

P.I.: Ja, sicher. Heutzutage ist man ja schon ab ein paar tausend Follower Influencer. Ich folge auf jeden Fall Influencern. Etwa 20 würde ich sagen.

C.T.: Warum folgst du diesen Influencern?

P.I.: Die Bilder von denen sind schön anzuschauen. Ich denke mir aber oft bei Influencern, dass sich deren ganzes Leben nur um diese Bilder dreht, damit sie immer wieder schöne Bilder posten können. Es ist logischerweise sehr schön anzuschauen, ich bin aber fast schon ein bisschen abgeneigt dem gegenüber, da sie nur noch auf Social Media leben. Bei mir geht es auch noch um Persönlichkeit – ich muss die Influencer auch sympathisch finden.

C.T.: Hast du schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.I.: Nein so direkt nicht. Ich habe mir schon etwas gekauft was ähnlich ist, aber nicht genau das gleiche. Bspw. eine Jeans Jacke. Direkt etwas nachgekauft habe ich aber noch nie.

C.T.: Kennst du Arten wie Modeunternehmen mit Influencern zusammenarbeiten können?

P.I.: Ich glaube Influencer sprechen die Unternehmen und diese entscheiden diese ob und mit welchen Influencern sie zusammenarbeiten wollen. Schon ab 100'000 Followern sehen unheimlich viele Leute die Beiträge und das ist für Unternehmen schon die beste Werbemöglichkeit. Ich denke aber die Influencer sprechen die Unternehmen an, ausser die ganz grossen Stars/Influencer. Es gibt so viele Influencer und ich denke Unternehmen suchen nicht extra nach Influencern, sondern umgekehrt.

C.T.: Ich werde dir nun einen Influencer Beitrag zeigen. Bitte schau ihn dir genau an und melde dich, sobald du bereit bist.

P.I.: Ja.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag der Influencerin Pamela Reif gesehen. Kannst du mir erzählen was du darauf gesehen hast?

P.I.: Sie steht irgendwo in Malibu auf einer Strasse mit Palmen. Sie trägt einen weissen Pullover. Ich glaube eine solche Kombination trägt man normalerweise im Alltag nicht – einen dickeren Pullover mit einem Bikini Unterteil. Wo geht man so hin? Wahrscheinlich möchte sie etwas Neues promoten.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen als du den Beitrag angeschaut hast?

P.I.: Das erste, was ich gedacht habe, war: Du bist auf diese Strasse gegangen, hast 30 Fotos gemacht – wenn nicht sogar mehr und hast dann das beste rausgesucht. Wahrscheinlich hat sie auch gehofft, dass sie niemand so sieht.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.I.: Sie hat nichts mit Werbung gekennzeichnet oder verlinkt. Ich glaube das muss man ja heutzutage. Sonst ist mir nichts aufgefallen, ausser dass das Bild stark bearbeitet war. Es sah aber trotzdem sehr gut aus.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.I.: Die Stimmung vom Bild mit der Sonne und der Abendstimmung. Das macht das Bild sehr schön. Mir gefällt auch die Location mit der Strasse und den Palmen.

C.T.: Gibt es auch etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.I.: Sie ist sehr hübsch. Es gibt nichts auf dem Bild, was mir optisch nicht gefällt.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum sie den Beitrag auf Instagram gepostet hat?

P.I.: Ich denke allgemein, je weniger man trägt, desto mehr Likes bekommt man. Ich denke, wenn man als Influencer erfolgreich sein will, muss man täglich Bilder und Sto-

ries posten. Ich denke sie hat das Bild gepostet um ihre Follower auf dem Laufenden zu halten und interessant zu bleiben.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.I.: Nein, denke ich nicht. Ich denke schon, dass ihr der Pullover und das Bikini gefällt, aber die Kombination finde ich sehr speziell. Influencer ziehen allgemein Outfits an, welche für ein Bild gut aussehen, aber in der realen Welt untauglich sind. Es sieht einfach auf dem Bild gut aus.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.I.: Sie lacht und es ist ein fröhliches Bild. Man hat ja normalerweise Sympathien bzw. Antipathien für einen Influencer. Bei ihr habe ich eher Antipathien – ich kann nicht beschreiben warum.

C.T.: Kennst du sie denn schon?

P.I.: Ja, ich war auch schon auf ihrem Profil. Sie ist ja sehr bekannt und kommt aus Deutschland.

C.T.: Und wie wirkt der Beitrag in Bezug auf Authentizität bzw. Glaubwürdigkeit auf dich?

P.I.: Es ist für mich eher weniger authentisch.

C.T.: Kannst du erklären warum nicht authentisch?

P.I.: Wahrscheinlich, weil ich wie gesagt ihr gegenüber eine gewisse Antipathie habe. Sie lebt für ihren Instagram Account und das macht für mich eine Influencerin nicht sympathisch. Sie überlegt sich wahrscheinlich sobald sie aufsteht, wo sie ein Foto machen will mit welchem Outfit. Auf Instagram muss jemand authentisch sein und seine Persönlichkeit bzw. seinen Charakter herüberbringen. Das ist heutzutage ja sehr wichtig und sie hat das meiner Meinung nach nicht.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.I.: Ich denke es war wahrscheinlich eine Bikini Marke. Sie hat ja den Hashtag #its-abikini benutzt. Ich weiss jedoch nicht mehr welche Marke es war.

C.T.: Hast du dich nicht darauf geachtet? Es war die Marke Brandy Melville markiert.

P.I.: Okay, nein ich habe mich nicht darauf geachtet.

C.T.: Wie fällt dir die Marke durch den Beitrag auf?

P.I.: Ich finde Brandy Melville hat allgemein sehr schöne Kleidungsstücke, aber die Marke ist eher für sehr dünne und kleine Frauen. Ich finde den Pullover auf dem Bild jedoch sehr schön. Auf dem Beitrag kommt die Marke aber nicht authentisch rüber, denn wer würde den Pullover so kombinieren. Es würde viel authentischer mit einer Jeans wirken.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag auf die Marke Brandy Melville?

P.I.: Ich denke es macht sehr viel aus. Alle ihre Fans werden den Pullover wahrscheinlich kaufen gehen. Vielleicht hat sie sogar noch einen Rabattcode mit dem man den Pullover billiger bekommt. Ich denke für die Firma ist das ein sehr gutes Geschäft – vor allem mit jemandem der so bekannt ist.

C.T.: Wie würdest du auf diesen Beitrag reagieren?

P.I.: Ich würde durchscrollen und denken schönes Bild, schöne Frau, schöne Haare. That's it. Ich würde nicht denken: Wow, hammer.

C.T.: Würdest du den Beitrag liken?

P.I.: Nein, ich würde vielleicht auf den Link von Brandy Melville klicken und die Kleider anschauen. Aufgrund des Beitrages würde ich aber nichts kaufen wollen.

C.T.: Wir kommen nun zu einem weiteren Beitrag. Bitte schau ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.I.: Okay.

C.T.: Du hast soeben einen weiteren Beitrag der gleichen Influencerin gesehen. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.I.: Sie sitzt auf einem schwarzen, schönen Auto. Es hat ein Haus im Hintergrund mit schönen Backsteinen – wie in England. Sie macht Werbung für Puma und ist komplett in Puma gekleidet.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angesehen hast?

P.I.: Ich finde es ein cooles Bild. Die Zusammensetzung des Bildes finde ich sehr stimmig. Ich denke die wissen genau, wie sie sich fotografieren müssen. Die Schuhe kommen sehr gut zum Vorschein auf dem Bild.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.I.: Nein.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.I.: Die Perspektive vom Bild. Sie ist scharf auf dem Bild und das Auto auch, wiederum ist der Hintergrund verschwommen. Das gefällt mir sehr.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.I.: Nein.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum sie den Beitrag gepostet hat?

P.I.: Ich denke sie hat sehr viel Geld für den Beitrag bekommen. Sie wird wohl von solchen Werbeposts leben. Es ist auch angeschrieben mit «bezahlte Partnerschaft mit Puma». Deswegen ist es sicher ein Beitrag, an dem sie viel verdient und die neue Puma Kollektion vermarktet.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.I.: Ich glaube Puma ist etwas Allgemeines, was jeder tragen kann. Ich kann mir gut vorstellen, dass sie das auch in der Freizeit trägt. Sportkleider sind nichts Spezielles.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.I.: Ich finde es ein sehr cooles Bild, jedoch gibt es keine Verbindung zu Sport. Ich finde, das Bild hätte besser auf einem Basketballplatz geschossen werden sollen. Es hat Null Bezug zu einer Sportmarke.

C.T.: Und wie wirkt der Beitrag auf dich in Bezug auf Authentizität bzw. Glaubwürdigkeit?

P.I.: Ich kaufe es ihr nicht ganz ab. Es ist einfach ein Beitrag an welchem sie Geld verdient. Daher kaufe ich es ihr nicht ab und es wirkt auch nicht authentisch.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.I.: Ja, es war nur Puma.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.I.: Weil ich mir die neue Kollektion auch schon angeschaut habe und sie mir sehr gefällt, aber auch durch Selena Gomez, da sie auch schon für die neue Kollektion geworben hat.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.I.: Als erstes sind mir die Schuhe auf dem Beitrag aufgefallen. Oder nein, als allererstes habe ich bemerkt, dass es Puma ist, da es oben mit bezahlte Partnerschaft mit Puma angegeben ist. Danach sind mir sicher die Schuhe aufgefallen. Ihr Outfit ist einfach nur schwarz.

C.T.: Und in Bezug auf negativ oder positiv? Wie fällt dir die Marke durch den Beitrag auf?

P.I.: Die Marke fällt mir positiv auf.

C.T.: Warum?

P.I.: Ich finde die Marke einfach super. Ich habe eine Sympathie zur Marke.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.I.: Ich denke der Beitrag mit Brandy Melville hat mehr Einfluss auf die Marke. Puma arbeitet ja mit weltberühmten Stars wie Rihanna oder Selena Gomez zusammen. Deswegen denke ich, dass die Beiträge mit solchen Influencern wie ihr nicht entscheidend ist für die Firma.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.I.: Ich würde denken, dass es ein schönes Foto ist und dann auf den Link von Puma oder von Selena Gomez klicken. Sicherlich würde ich aber auf die Puma Seite und mir dort die Sachen anschauen. Vielleicht würde ich sogar auf Zalando gehen und etwas bestellen.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.I.: Ja.

C.T.: Und was?

P.I.: Die Schuhe habe ich mir schon ein paarmal überlegt sie zu kaufen. Die Klamotten würde ich wahrscheinlich auch kaufen, hätte ich genügend Geld.

C.T.: Dann vergleichen wir nun die zwei gezeigten Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag findest du die Marke besser in Szene gesetzt?

P.I.: Beim Puma Beitrag, aus dem Grund, da bezahlte Partnerschaft mit Puma steht und man weiss sofort, dass es um Puma geht. Beim Zweiten habe ich ja nicht darauf geschaut, was markiert ist.

C.T.: Ja das muss man ja erst auf das Bild klicken um die Marke zu sehen.

P.I.: Genau und bei Puma sieht man es auf den ersten Blick.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.I.: Ich würde sagen bei beiden ist eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden. Ich habe einfach das Gefühl, dass sie bei beiden Beiträgen bezahlt worden ist.

C.T.: Nun kommen wir zu einem weiteren Beitrag von einer weiteren Influencerin. Du kannst den Beitrag anschauen und mir Bescheid geben, sobald du bereit bist.

P.I.: Okay.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag der Influencerin Xenia Overdose gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.I.: Sie lacht und ist sehr modisch angezogen. Sie ist in New York und steht vor einem Taxi.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.I.: Als erstes habe ich gedacht, dass das Bild sehr harmonisch aussieht. Es ist alles aufeinander abgestimmt. Ich denke sie weiss was sie macht. Das Outfit war weiss-organe und im Hintergrund war ein gelbes Taxi und eine Strasse. Es war ein sehr stimmiges Bild.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.I.: Sie war sehr modern angezogen mit der offenen Hose und der Sonnenbrille.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.I.: Es hat mir gefallen, dass sie gelacht hat. Es kommt dann gleich ein bisschen natürlicher und authentischer rüber. Am besten gefällt mir, dass die Farben so gut aufeinander abgestimmt waren. Das macht sehr viel aus.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.I.: Die Brille gefällt mir nicht sehr gut. Beim Rest habe ich nichts auszusetzen.

C.T.: Was ist bei diesem Beitrag deiner Meinung nach der Grund warum sie ihn gepostet hat?

P.I.: Es ist wieder in einer Kooperation mit einer Unternehmung und ich denke sie wird damit ihren nächsten Lohn verdienen.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.I.: Ja, ehrlich gesagt kaufe ich es ihr bei diesem Beitrag ab. Ich kann nicht sagen warum, wahrscheinlich verkörpert sie es gut. Es sind sehr spezielle Sachen, welche nicht jeder anziehen würde. Ich finde allgemein haben Influencer einen anderen Kleidungsstil und sind dadurch auch Influencer geworden, da sie sich etwas getrauen.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.I.: Positiv, es hat nichts was mir nicht gefällt oder nicht authentisch wirkt.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.I.: Ja, Tony Bruch.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.I.: Ich habe mir den Beitrag angeschaut und mir gedacht: Was ist das für eine Marke? Ich habe noch nie davon gehört. Vom Namen her habe ich sie nicht gekannt.

C.T.: Ist die Marke gut in Szene gesetzt?

P.I.: Ja die Marke steht im Zentrum mit der Tasche und der Hose.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.I.: Als erstes habe ich auf die Hose geschaut, da ist auch Tory Burch angeschrieben. Auch die Tasche habe ich mir sofort angeschaut, da dort das Logo darauf ist. Die anderen zwei Sachen habe ich auch angeschaut, aber man sieht nicht auf den ersten Blick, dass es von dieser Marke ist.

C.T.: Und im Sinne von positiv und negativ?

P.I.: Das Bild oder die Marke?

C.T.: Die Marke.

P.I.: Die Marke ist mir positiv aufgefallen. Ich finde die Klamotten und wie sie präsentiert sind schön.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.I.: Ich denke es ist eine luxuriöse Marke. Ich denke jedoch nicht, dass die Marke aufgrund dieses Bildes einen viel höheren Umsatz machen wird. Der Einfluss ist aber sicher positiv, da die Leute die Marke einmal sehen, sie wahrnehmen und kennenlernen. Vielleicht können sie die Marke durch den Beitrag nun auch einem Namen zuordnen. Wenn man dann eine Tasche braucht, geht man vielleicht auch mal bei dieser Seite vorbei und nicht bei den 0815 Marken, welche jeder trägt.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.I.: Den würde ich sogar liken. Mit dem Taxi und ihren Haaren finde ich das Bild sehr stimmig.

C.T.: Würdest du darauf etwas kaufen?

P.I.: Ja ich finde die Hosen sehr cool. Genau diese Tasche würde ich eher nicht kaufen. Den Pullover wiederum schon, der gefällt mir sehr.

C.T.: Ich zeige dir nun einen letzten Beitrag. Bitte schau ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.I.: Okay.

C.T.: Ich habe dir eben einen weiteren Beitrag von Xenia Overdose gezeigt. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.I.: Sie steht bei einem Strandhaus und es hat Palmen im Hintergrund. Sie ist wahrscheinlich wieder irgendwo in Kalifornien. Ihr Outfit finde ich sehr düster im Gegenteil zur Kulisse. Vielleicht wollte sie das auch so.

C.T.: Was ist dir dabei durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.I.: Zuerst habe ich mir gedacht, dass das ein spontaner Beitrag sein könnte. Sie war am Strand mit Kollegen und wollte vielleicht auf dem Weg ein schönes Foto. Wiederum denke ich immer noch, dass es geplant war und genau diese Sachen anzog, um sie zu verlinken.

C.T.: Was ist dir sonst noch aufgefallen?

P.I.: Sie ist sehr schwarz angezogen.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.I.: Ich finde den Kontrast mit dem schwarzen Outfit super. Die Klamotten fallen dann sofort auf (...).

C.T.: Was hat dir nicht gefallen?

P.I.: Die Klamotten gefallen mir nicht sehr. Ich bin schon ein Fan von schwarz aber dieser lange Mantel und die Schuhe sind nicht so meins.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum sie den Beitrag gepostet hat?

P.I.: Es ist keine Marke mit einer bezahlten Partnerschaft angegeben und es sind drei Marken verlinkt – daher denke ich, dass sie sowieso etwas posten wollte und sich diese Sachen herausgesucht hat um sie zu verlinken. Ich glaube diese Firmen sehen das dann und schicken ihr vielleicht neue Kleider, welche sie dann wieder promoten können.

C.T.: Kaufst du ihr ab, dass die Klamotten auf ihrem Modestil beruhen?

P.I.: Nein, das kaufe ich ihr auf diesem Bild nicht ab, da es zu hart ist. Ich weiss nicht wer das tragen würde. Wenn ich jemanden in diesem Outfit sehen würde, fände ich es schon ein bisschen speziell.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.I.: Dieser Beitrag wirkt weniger gut auf mich. Ich bin erstaunt, dass das die gleiche Influencerin ist. Dieses Bild ist nicht sehr authentisch.

C.T.: Kannst du dich erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.I.: Nein, das weiss ich nicht mehr.

C.T.: Wie fallen dir die Marken durch den Beitrag auf?

P.I.: Die Marken fallen auf, indem sie markiert wurden. Die Klamotten, welche sie trägt, finden sicher viele Leute toll, jedoch ich wäre dadurch ein bisschen von der Marke abgeneigt, da mir das Outfit nicht gefällt.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.I.: Es wird nicht entscheidend sein für die Firma, denke ich. Es ist einfach «nice to have», aber nicht, dass dieser Beitrag den Umsatz ausmacht. Ich bin mir jedoch nicht sicher, ob sie für den Beitrag Geld oder die Kleider erhalten hat. Aber nur schon, wenn ein paar hunderttausend Leute diesen Beitrag mit der Marke sehen, ist das gut für eine Firma.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.I.: Ich würde ihn kurz anschauen, aber dann weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Bild kaufen?

P.I.: Nein, würde ich nicht.

C.T.: Okay nun vergleichen wir die letzten zwei Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt?

P.I.: Für mich ganz klar beim ersten Beitrag.

C.T.: Aus welchem Grund?

P.I.: Es hat für mich bei beiden Bildern einen Sinn dahinter. Beim ersten Bild ist alles aufeinander abgestimmt und beim zweiten sind die Gegensätze interessant. Beim ersten kommt die Marke einfach besser zur Geltung mit der Hose und der Tasche. Die bezahlte Partnerschaft ist gleich sticht auch gleich ins Auge. Beim zweiten Beitrag weiss ich nicht, ob eine Firma mitspielt oder ob sie das von sich aus gepostet hat.

C.T.: Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.I.: Ich würde sagen bei Beiden. Beim Ersten bin ich mir ganz sicher wegen der bezahlten Partnerschaft und beim Zweiten denke ich, dass sie vielleicht Klamotten erhalten hat oder Ähnliches.

C.T.: Super, dann kommen wir schon zu den Schlussfragen. Ist dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.I.: Ja, schon ein bisschen. Ich denke nicht, dass wenn eine Marke markiert ist zwingend eine Bezahlung erfolgte, sondern bekommen sie dadurch irgendwann etwas von einem Unternehmen bzw. es entsteht eine bezahlte Partnerschaft in der Zukunft. Bei den bezahlten Partnerschaften ist es aber klar gekennzeichnet oben am Bild.

C.T.: Okay, dann kläre ich dich noch kurz auf. Du hast es schon relativ gut erkannt. Die bezahlten Partnerschaften sind klar – es steht ja angeschrieben. Bei den anderen zwei Beiträgen kann man davon ausgehen, dass da keine Bezahlung erfolgte da in der Schweiz Werbeinhalte gekennzeichnet werden müssen. Da nirgends auf diesen zwei Beiträgen eine Markierung eines Werbeinhaltes angegeben wird, kann man davon ausgehen, dass auch keine Partnerschaft mit einem Unternehmen entstanden ist.

P.I.: Ist es egal, ob man oben am Bild die Markierung macht oder unten in der Bildbeschreibung?

C.T.: Es ist beides möglich, jedoch mit der «bezahlten Partnerschaft» oben am Bild ist man auf der sicheren Seite, da es sofort auffällt.

P.I.: Okay.

C.T.: Erwecken solche Beiträge bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest?

P.I.: Nein, nicht wirklich. Das ist auch aus dem Grund, da ich das Privatleben wichtig finde und nicht nur auf Social Media leben möchte. Es darf sich nicht nur noch alles um Social Media drehen.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen auch im Alltag auf?

P.I.: Ja, es fällt mir auf. Ich achte mich nicht extrem darauf, ich sehe es jedoch trotzdem. Es ist nicht so, dass ich bei bezahlten Beiträgen eine andere Emotion empfinde.

C.T.: Wie empfindest du solche Kooperationen, wenn du merkst, dass ein Influencer für einen Beitrag Geld erhalten hat?

P.I.: Ich finde es gut in einem gewissen Mass. Unsere Gesellschaft ist zu sehr auf Social Media aktiv und legt zu viel Wert darauf, deswegen finde ich allgemein Social Media nicht sehr gut. Ich finde aber es macht Sinn, dass diese Leute dafür bezahlt werden und es ist eine gute Möglichkeit für Unternehmen um zu werben. Die Reichweite ist sehr gross und daher ergibt es Sinn. Beim durchscrollen sieht man es einfach. Vor allem um junge Leute zu erreichen, hat es viel Potential.

C.T.: Wenn du etwas bei einem Influencer siehst, was dir sehr gefällt und du merkst, dass der Influencer dafür Geld erhalten hat – ändert sich dann etwas an deiner Meinung?

P.I.: Nein, sie müssen auch von etwas leben. Sie können nicht nur von Luft und Liebe leben. Wenn es mir gefällt, dann gefällt es mir.

C.T.: Was findest du authentischer? Ein Beitrag mit oder ein Beitrag ohne Kooperation?

P.I.: Ein Beitrag ohne Kooperation ist klar authentischer. Es kann auch authentisch sein, wenn der Beitrag bezahlt wurde. Aber grundsätzlich sind für mich unbezahlte Beiträge authentischer. Man weiss dann, die Influencer ziehen es an, weil es ihnen gefällt und markieren die Marke, damit es gut für das Geschäft ist.

C.T.: Hattest du schon einmal die Absicht etwas zu kaufen, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.I.: Ja, habe ich schon oft. Ich schau auch oft nach Bikinis. Ich denke mir oftmals, dass es schön aussieht, jedoch würde ich es anziehen und ist es alltagstauglich?

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, ob diese Beiträge bezahlt waren oder nicht?

P.I.: Diese sind eher nicht bezahlt, würde ich sagen. Also mehrheitlich. Wahrscheinlich schon teilweise bezahlt, aber mehrheitlich nicht bezahlt.

C.T.: Macht es für dich einen Unterschied, ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit er dich anspricht und du etwas erwerben möchtest?

P.I.: Nein, das macht für mich keinen Unterschied. Vielleicht ist es auch so, dass ich es eher kaufen würde, wenn eine Kooperation entstanden ist. Aus dem Grund, da alles verlinkt ist und man einfacher bestellen kann. Bei den Anderen muss man meistens die Artikel selber suchen etc. Es hat viel mit Faulheit zu tun.

C.T.: Was muss deiner Meinung nach ein Beitrag haben, damit er dich anspricht?

P.I.: Die Verlinkungen sind wichtig. Ich finde auch wichtig, dass man weitere Infos zum Produkt finden kann, wenn man auf einen Link klickt. Nicht nur bei Klamotten, sondern allgemein bei Werbungen. Sonst muss ein Beitrag noch stimmig sein. Mir persönlich gefällt es, wenn darauf Natur vorkommt. Bspw. Meer oder Wald – das finde ich einfach schön anzuschauen.

C.T.: Was darf ein Beitrag nicht haben?

P.I.: Keine Gewalt, sexistische Sachen. Ich finde Frauen dürfen sich sexy präsentieren, aber wenn es dann zu übertrieben ist, habe ich eher eine Abneigung. Bikini Bilder gibt es ja zu Tausenden auf Social Media, wenn diese dann zu übertrieben sind und sich die Frauen unnatürlich verbeugen, gefällt es mir nicht.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 19: Transkription Interview mit Proband J

Interviewform: persönliches Gespräch

Datum und Uhrzeit: 23. April 2018, 12:00-12:30 Uhr

Teilnehmer: Proband J, Cedric Tanner

Legende:

- **P.J.** = Proband J
- **C.T.** = Cedric Tanner
- (...) = ein für die Arbeit irrelevanter Teil der Unterhaltung wurde ausgelassen

(Gesprächseinstieg)

C.T.: Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich die Wahrnehmung auf Instagram Beiträge. Im Verlaufe des Interviews werde ich dir zuerst ein paar Fragen über Beiträge von Influencern, dir aber auch Beiträge zeigen und dich um dein Empfinden bitten. Zu Beginn würde ich gerne ein paar Merkmale zu deiner Person erheben. Kannst du mir bitte sagen, seit wann du Instagram Nutzer bist?

P.J.: 2012.

C.T.: Dein Geschlecht?

P.J.: Männlich.

C.T.: Was sind deine allgemeinen Interessen?

P.J.: Mode, Sport und Memes.

C.T.: Dann habe ich noch ein paar grundlegende Fragen an dich. Aus welchem Grund nutzt du Instagram?

P.J.: Um mir Memes anzuschauen und auch zu sehen, was meine Kollegen machen. Ich habe halt kein Facebook. Das ist meine einzige Soziale Plattform – neben Snapchat. Ich benutze es auch als News Portal in Bezug auf Fussball.

C.T.: Kannst du mir einmal zeigen, was du machst, wenn du die App öffnest.

P.J.: Mein normaler Verlauf – also als erstes checke ich meistens die Stories ab, um zu sehen was es neues gibt. Danach sehe ich mir die Startseite durch. Das wäre eigentlich alles. Es kommt halt darauf an, manchmal suche ich auch nach jemandem oder gehe auf eine Person drauf.

C.T.: Was für Beiträge likest du normalerweise?

P.J.: Vielmals vergesse ich zu liken. Ich finde es dann cool, vergesse es aber zu liken. Meistens like ich jedoch Bilder von Kollegen. Zum Teil auch Bilder über die Umwelt und menschenbewegende Sachen etc.

C.T.: Inwiefern interessierst du dich für Mode?

P.J.: Insofern für neue Releases von Klamotten. Da sehe ich was Neues rauskommt und was die neuen Trends sind. Ich lasse mich gerne inspirieren.

C.T.: Wo informierst du dich über die neusten Modetrends bzw. wo lässt du dich inspirieren?

P.J.: Ist schwer zu sagen. Schon mehrheitlich auf Instagram. Ich schaue mir normalerweise Zeitschriften eher weniger an. Wenn ich etwas Bestimmtes wissen will, dann «google» ich es.

C.T.: Folgst du auf Instagram einer Person oder einem Konto, welches sich mit dem Thema Mode befasst?

P.J.: Ja, mehreren.

C.T.: Folgst du auch Influencern auf Instagram?

P.J.: Ich schaue, dass ich das nicht mache. Die verdienen ihr Geld, indem wir ihnen folgen und das unterstütze ich nicht. Ich folge glaube ich keinem Influencer.

C.T.: Hast du aber schon einmal etwas gekauft, was du bei einem Influencer gesehen hast?

P.J.: Nein, ich kann mich nicht daran erinnern. Mir ist gerade eingefallen, dass ich Mariano di Vaio folge, er ist auch ein Influencer. Wenn ich merke, dass ein Influencer Produktplatzierungen macht, folge ich ihm meistens nicht. Gekauft habe ich noch nie etwas, nein.

C.T.: Kennst du Arten, wie Modeunternehmen mit Influencer zusammenarbeiten können?

P.J.: Ja, kenne ich. Durch Produktplatzierungen, indem die Influencer die Klamotten posten und die Marken markieren.

C.T.: Gut, dann zeige ich dir einen Beitrag von einem Influencer. Bitte schau ihn dir an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.J.: Schiess los.

C.T.: Gut, du hast soeben einen Beitrag des Influencers Magic Fox gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.J.: Auf dem Bild habe ich einen Mann gesehen, der einen Mantel und einen Schal trägt. Er geht gerade aus dem Hyatt Hotel heraus. Ich nehme an das ist ein Mode-Influencer.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.J.: Ich muss sagen der Beitrag hat mich emotional nicht erreicht, da es nichts Spezielles ist. Man sieht solche Bilder oft.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.J.: Nein.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.J.: Es war ein schlichter Beitrag. Ich finde das Bild und den Kleidungsstil allgemein schön.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.J.: Ich finde das Hemd sollte er ein bisschen mehr zu machen. Seine Hautbräune finde ich auch ein bisschen zu dunkel.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum er diesen Beitrag gepostet hat?

P.J.: Es kann gut sein, dass es eine Produktplatzierung für das Hyatt Hotel ist.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.J.: Ja, ich denke schon.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.J.: Das ist für mich kein aggressiver Werbepost. Er ist recht neutral.

C.T.: Und wie wirkt der Beitrag in Bezug auf Authentizität bzw. Glaubwürdigkeit auf dich?

P.J.: Er wirkt schon glaubwürdig auf mich. Ich denke er trägt auch sonst solche Klamotten.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marken auf dem Beitrag markiert gewesen sind?

P.J.: Zara, Maison Valentino und Karl Lagerfeld. Die letzte weiss ich nicht mehr.

C.T.: Warum konntest du dir diese Marken merken?

P.J.: Gute Frage. Zara trage ich selber auch. Ich kann mich an diese drei erinnern, da ich sie schon gekannt habe. Die andere Marke kenne ich nicht gut, darum konnte ich mich nicht erinnern.

C.T.: Wie sind dir die Marken durch den Beitrag aufgefallen?

P.J.: Es ist mir nicht richtig aufgefallen. Also fallen sie mir nicht speziell durch den Beitrag auf.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marken?

P.J.: Der Einfluss ist sicher nicht schlecht, da die Leute auf die Marken bzw. auf das Hotel klicken und sich informieren.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.J.: Ich würde wahrscheinlich auf die Marke Selected klicken, da ich diese noch nicht richtig kenne, um zu sehen was die Marke für Klamotten hat.

C.T.: Würdest du etwas darauf kaufen?

P.J.: Nein, ich mache das normalerweise nicht so. Ich sammle eher Ideen um mich zu inspirieren, aber ich kaufe nicht die genau gleichen Sachen. Mehr damit ich in den Läden mich zurück erinnere und es ähnlich kaufen und kombinieren kann.

C.T.: Ich zeige dir nun einen weiteren Beitrag. Bitte schaue ihn dir an und im Anschluss stelle ich dir ein paar Fragen dazu.

P.J.: Bezahlte Partnerschaft – da hört es bei mir meistens gleich auf. Okay ich bin bereit.

C.T.: Kannst du mir auch hier sagen, was du darauf gesehen hast?

P.J.: Einen Mann in New York, welcher eine Strasse überquert. Er trägt eine beige Jacke und Jeans.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.J.: Als ich die bezahlte Partnerschaft gesehen habe, stemple ich solche Beiträge immer gleich ab. Dann weiss ich sofort, dass er bezahlt ist.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.J.: Er hat in der Bildbeschreibung geschrieben «I'm so in love with this jacket» und wenn das in der Kombination mit der bezahlten Partnerschaft steht, kann ich es nicht ernst nehmen. Die Authentizität ist dann nicht mehr gegeben, da er nichts schlechtes über das Produkt bzw. die Marke schreiben kann. Für mich sind Influencer nur von Nutzen, wenn sie ohne Einfluss von Marken die Klamotten bewertet – zum Beispiel,

wenn er dann Infos über die Qualität abgibt. Die Influencer sind ja abhängig vom Geld der Unternehmen und daher müssen sie ja etwas Gutes über die Marken schreiben. Darum kann ich es nicht ernst nehmen.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.J.: Die Perspektive. Das Foto hat mir gefallen von der Perspektive und mit der Stadt im Hintergrund.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.J.: Die bezahlte Partnerschaft.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum er den Beitrag gepostet hat?

P.J.: Um Geld von Prada zu bekommen.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass...

P.J.: Nein (*lacht*). Es kann schon sein, dass er es nicht schlecht findet. Aber wenn steht «I'm so in love» ist der Zug bei mir schon abgefahren.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich? In Bezug auf Authentizität bzw. Glaubwürdigkeit.

P.J.: Gar nicht gut. Die bezahlte Partnerschaft versaut es bei mir.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.J.: Prada und die Zeitschrift GQ.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.J.: Weil ich sie kenne und weil es offensichtlich gestanden ist durch «bezahlte Partnerschaft mit Prada».

C.T.: Wie fällt dir die Marke durch den Beitrag auf?

P.J.: Wie meinst du das?

C.T.: Fällt dir Prada durch den Beitrag eher positiv oder negativ auf?

P.J.: Das Problem ist, dass mittlerweile alle Marken diese bezahlten Partnerschaften machen. Daher finde ich es nicht sehr negativ für die Marke. Wenn eine Marke das nicht macht, gefällt sie mir jedoch besser.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.J.: Ich denke, dass es sicher Follower gibt, welche seinen Modestil toll finden und demnach auch diese Marke kaufen wollen.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.J.: Weiterscrollen.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.J.: Nein.

C.T.: Gut, dann vergleichen wir nun die zwei gezeigten Beiträge miteinander. Bei welchem Beitrag ist die Marke deiner Meinung nach besser in Szene gesetzt?

P.J.: Abgesehen von der Authentizität ist es der zweite Beitrag, da bei diesem nur eine Marke markiert ist und die Marke im Zentrum des Beitrages steht. Beim anderen Beitrag waren es mehrere Marken.

C.T.: Kannst du mir sagen bei welchem Beitrag eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist?

P.J.: Ja, klar beim Zweiten.

C.T.: Warum ist dir das so aufgefallen?

P.J.: Weil der Beitrag mit «bezahlter Partnerschaft» markiert war.

C.T.: Wir machen das gleiche jetzt mit einem weiteren Influencer. Schau dir den Beitrag an und melde dich, sobald du bereit bist.

P.J.: Okay.

C.T.: Du hast soeben einen Beitrag von Adam Gallagher gesehen. Kannst du mir sagen, was du darauf gesehen hast?

P.J.: Die Brooklyn Brigde im Hintergrund. Er trägt einen Schal, einen Mantel und Boots. In der Hand hält er einen Smoothie.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hat?

P.J.: Seinen Style gefällt mir sehr gut. Das Foto ist allgemein gelungen. Es ist jedoch eine bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss. Die bezahlte Partnerschaft ändert jedoch nichts daran, dass das Bild sehr schön ist. Für mich macht es einfach einen schlechten Einfluss auf den Influencer, da ich weiss, dass er Geld dafür bekommt. Das nimmt jedoch keinen Einfluss auf die Marke. Wenn mir dir Kleider gefallen, gefallen sie mir einfach.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.J.: Gefallen hat mir das Outfit und das Foto allgemein.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.J.: Nein, ich finde hier auch gut, dass er es in der Bildbeschreibung nicht übertreibt. Er schreibt nur «bundled in Boss», was ich besser als beim anderen Beitrag finde.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund, warum er den Beitrag postet?

P.J.: Um Geld und Likes zu bekommen.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.J.: Ja, das könnte schon sein, auch wenn er bezahlt wird.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.J.: Meiner Meinung nach sollten die Modemarken solche Beiträge selber auf ihrem Konto posten. Da der Beitrag bezahlt wird, hat der Beitrag auf mich eine weniger hohe Authentizität.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.J.: Hugo Boss.

C.T.: Warum konntest du dir die Marke merken?

P.J.: Weil ich sie schon kenne.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.J.: Die Marke wirkt auf mich durch den Beitrag neutral. Es ist aber nicht so, dass die Marke positiv auf mich wirken würde.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.J.: Je nach Influencer unterschiedliche. Ich kenne jetzt diesen Influencer nicht. Es kommt sicher auf das Image des Influencers an, welchen Einfluss der Beitrag hat.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.J.: Ich würde mir mit diesem Beitrag Ideen sammeln, mehr nicht.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.J.: Nein.

C.T.: Wir kommen nun zum letzten Beitrag. Schau ihn dir bitte an und gib mir Bescheid, sobald du bereit bist.

P.J.: Cooler Pullover. Ist gut, bin bereit.

C.T.: Du hast erneut einen Beitrag vom Influencer Adam Gallagher gesehen. Kannst du mir erzählen, was du darauf gesehen hast?

P.J.: Einen weissen Rollkragenpullover, Anzugshosen und ein brauner Gürtel. Er trug noch eine Tasche mit einer Jacke darin. Der Hintergrund sieht aus, als ob er in einer Gasse in New York wäre.

C.T.: Was ist dir durch den Kopf gegangen, als du den Beitrag angeschaut hast?

P.J.: Ich finde seinen Kleidungsstil super. Der Beitrag ist auch ohne «bezahlte Partnerschaft» und daher noch besser.

C.T.: Ist dir sonst noch etwas aufgefallen?

P.J.: Nur, dass man auf den Beitrag klicken muss, damit die Marken erscheinen. Das finde ich noch gut, da man bei Interesse simpel schauen kann, woher er die Kleidungsstücke hat. Wenn es einem nicht interessiert, sieht man es auch nicht. Er hat den Beitrag auch nicht übertrieben promotet.

C.T.: Was hat dir am Beitrag gefallen?

P.J.: Sein Kleidungsstil und das Foto allgemein.

C.T.: Gibt es etwas, was dir nicht gefallen hat?

P.J.: Nein, ich finde alles gut.

C.T.: Was ist deiner Meinung nach der Grund warum er den Beitrag gepostet hat?

P.J.: Sicher ähnliche Gründe, dass er die Marken promoten will. Der Grund ist bei beiden der gleiche, nur bei diesem weniger auffällig.

C.T.: Kaufst du ihm ab, dass die Klamotten auf seinem Modestil beruhen?

P.J.: Ja, voll. Wenn nicht bezahlte Partnerschaft steht oder mehrere Marken auf einem Beitrag «promotet» werden, kaufe ich es ihm mehr ab. Kein Mensch zieht nur immer eine Marke auf einmal an.

C.T.: Wie wirkt der Beitrag auf dich?

P.J.: Authentischer als Beiträge mit bezahlter Partnerschaft.

C.T.: Kannst du dich noch erinnern, welche Marke auf dem Beitrag vorgekommen ist?

P.J.: Auf das habe ich mich überhaupt nicht geachtet. Etwas mit Monaco. Und Zara auch wieder glaube ich.

C.T.: Wie ist dir die Marke durch den Beitrag aufgefallen?

P.J.: Neutral – aber eher positiv. Wenn ich etwas sehe, was mir gefällt wirkt das logischerweise gut auf die Marke aus.

C.T.: Welchen Einfluss hat der Beitrag deiner Meinung nach auf die Marke?

P.J.: Es gibt sicher viele Leute, welche diese Sachen nachkaufen werden, da sie ihnen gefallen. Vielleicht sehe ich ja den Pullover einmal bei Zara und kaufe ihn mir dann.

C.T.: Wie würdest du auf den Beitrag reagieren?

P.J.: Wenn eine Marke darauf ist, welche ich nicht kenne – bspw. Club Monaco oder Graf Lantz – würde ich einmal auf die Seite gehen und schauen, was das für eine Marke ist. Wenn diese Seiten coole Sachen haben, würde ich dann der Seite folgen.

C.T.: Würdest du etwas auf dem Beitrag kaufen?

P.J.: Gezielt nicht. Der Beitrag dient wie gesagt vorerst nur als Inspiration.

C.T.: Nun vergleichen wir die letzten zwei Beiträge miteinander. Kannst du mir sagen, bei welchem Beitrag deiner Meinung nach die Marke besser in Szene gesetzt ist?

P.J.: Beim ersten Beitrag mit der bezahlten Partnerschaft natürlich. Es ist gleich klar, dass es um Hugo Boss geht.

C.T.: Bei welchem Beitrag ist deiner Meinung nach eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden?

P.J.: Beim ersten Beitrag, wegen der bezahlten Partnerschaft. Ich denke aber auch beim Zweiten.

C.T.: Ich habe nun noch ein paar Abschlussfragen an dich. Ist dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen aufgefallen?

P.J.: Ja, ich denke schon, wegen der Markierung der bezahlten Partnerschaft.

C.T.: Okay, dann muss ich dir sagen, dass du ein bisschen falsch liegst. Ich habe dir pro Influencer je einen bezahlten und einen unbezahlten Beitrag gezeigt. Die bezahlten Beiträge sind klar mit der bezahlten Partnerschaft markiert. Bei den anderen zwei Beiträgen kann man davon ausgehen, dass keine Bezahlung erfolgte, da in der Schweiz Werbeinhalte gekennzeichnet werden müssen. Da nirgends auf diesen zwei Beiträgen eine Markierung eines Werbeinhaltes angegeben wird, kann man davon ausgehen, dass auch keine Partnerschaft mit einem Unternehmen entstanden ist.

P.J.: Okay.

C.T.: Erwecken solche Beiträge bei dir Emotionen, welche du mit einem vergangenen Ereignis verbindest?

P.J.: Nein, ich muss sagen sie wirken relativ neutral auf mich. Emotionen erwecken sie nicht.

C.T.: Und in Bezug auf zum Beispiel eine Empfehlung oder eine Werbung. Hast du damit schon einmal schlechte Erfahrungen gemacht – etwas bestellt und nachher war es nicht gut?

P.J.: In Bezug auf Influencer Beiträge?

C.T.: Ja.

P.J.: Das Licht kommt finde ich sehr darauf an. Bspw. Schuhe sehen in verschiedenen Lichtern relativ unterschiedlich aus.

C.T.: Fällt dir der Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen bzw. die bezahlte Partnerschaft auch im Alltag auf?

P.J.: Ja, wenn ich es sehe, gehe ich meistens gleich weg vom Beitrag. Vielfach sind die Beiträge auch auffällig und billig gemacht.

C.T.: Wie empfindest du solche Kooperationen?

P.J.: Ich finde es nicht glaubhaft und finde es daher nicht gut. Die Firmen machen wahrscheinlich solche Werbungen, um ihre Reichweite zu erweitern und Zielgruppen anzusprechen. Ich finde es aufgesetzt und würde mich nicht für eine Marke interessieren, nur weil ein Influencer sich dafür interessiert.

C.T.: Wenn du auf Instagram Schuhe oder einen Pullover siehst, welche dir sehr gefallen und du dann merkst, dass der Influencer dafür Geld erhalten hat – ändert sich dann etwas an deiner Meinung?

P.J.: Je nach dem schon. Es kommt darauf an, was für eine Marke es ist. Wenn es eine kleine, unbekannte Marke ist, bei welcher meine Imagebildung noch stattfindet, dann schon. Die Marke nehme ich dann nicht gut wahr, da ich merke sie brauchen Werbung und sind noch nicht etabliert. Bei grossen Marken wie Boss weiss ich, dass sie diese schon genug etabliert sind und sie es einfach so dazu machen. Meine Meinung ändert sich also eher bei Marke, welche ich noch nicht kenne.

C.T.: Was findest du authentischer – einen Beitrag mit oder ohne Kooperation?

P.J.: Ganz klar ohne Kooperation.

C.T.: Wie verändert sich das Vertrauen in den Influencer, wenn du merkst, dass er für einen Beitrag Geld erhalten hat?

P.J.: Nicht gross, da ich von Anfang an weiss, dass er Geld bekommt.

C.T.: Hast du schon einmal die Absicht gehabt, etwas zu kaufen, was du auf Instagram gesehen hast?

P.J.: Ja, ich habe sicher schon die Absicht gehabt. Ich kann mich nicht direkt erinnern was, aber die Absicht hatte ich definitiv schon. Wahrscheinlich hatte ich dann aber zu wenig Geld um es mir zu kaufen.

C.T.: Ich nehme bei dir jetzt an, dass du eher einmal bei einem unbezahlten Beitrag die Absicht gehabt hast, etwas zu kaufen und nicht bei einem Beitrag mit bezahlter Partnerschaft.

P.J.: Ja genau, bei bezahlten Partnerschaften hatte ich das nie.

C.T.: Macht es für dich einen Unterschied, ob ein Beitrag bezahlt ist oder nicht, damit du die Absicht hast etwas erwerben möchtest?

P.J.: Ja klar, wenn es nicht bezahlt ist kann es sein, dass er vom Produkt überzeugt ist und das macht es authentischer.

C.T.: Was muss deiner Meinung nach ein Beitrag haben, damit er dich anspricht? Bzw. was darf er nicht haben?

P.J.: Das Problem ist, dass alle diese Beiträge wirklich gute Bilder sind, jedoch sind sie überhaupt nichts Spezielles, dass ich anhalten muss beim durchscrollen. Der Beitrag muss einzigartig und speziell sein. Es sollte ein Beitrag sein der einem überrascht und man mehr erfahren will. Der Beitrag sollte sich von allen anderen Influencern abgrenzen.

(Gesprächsabschluss)

Anhang 20: Kodierleitfaden

Einstieg

Tabelle 4: Kodierleitfaden – Einstieg (in Anlehnung an Mayring & Fenzl, 2014, S. 549)

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Grund für die Nutzung von Instagram	Beschreibt aus welchem Grund die Probanden Instagram nutzen	«Um Beiträge von meinen Freunden zu sehen und auch selber Bilder zu Teilen.» (Proband B)	Keine Eingrenzung
Instagram Nutzung	Beschreibt die alltägliche, routinemässige Nutzung der Instagram App durch die Probanden	«Also ich öffne die App und schaue mir als erstes den News Feed an und like vielleicht ein paar Bilder. Als nächstes schaue ich normalerweise die Stories an. Wenn mir langweilig ist schaue ich dann noch bei «Erforschen», was es neues gibt.» (Proband D)	Es fällt lediglich die Nutzung der mobilen Instagram App in diese Kategorie
Like Verhalten	Beschreibt, welche Beitragsthemen (bspw. Mode, Tiere, Natur) normalerweise bzw. mehrheitlich durch die Probanden geliket werden	«Beiträge von meinen Kollegen und von Stars. Oft aber auch Beiträge auf «9gag» oder andere Memes.» (Proband E)	Nur Beitragsthemen, nicht Häufigkeit des Like Verhaltens
Interesse an Mode	Beschreibt inwiefern sich die Probanden für Mode interessieren	«Ich interessiere mich schon für Mode und versuche mich immer aktuell zu kleiden.» (Proband D)	Antwort «Ja» oder «Nein» ist möglich
Modeinspiration	Beschreibt wo sich die Probanden über die	«Ja eigentlich schon auf Instagram Seiten.	Keine Eingrenzung

	neusten Modetrends informieren bzw. inspirieren lassen	Bei Kollegen und anderen Kleiderseiten informiere ich mich auch noch. Zum Beispiel Zalando.» (Proband C)	
Verfolgung von Accounts mit Modebezug	Beschreibt, ob die Probanden auf Instagram einem Account bzw. mehreren Accounts mit dem Themengebiet Mode folgen	«Ja, mehreren.» (Proband C)	Der Modebezug kann auch bei einem Influencer gegeben sein. Der Account muss jedoch überwiegend Modebeiträge beinhalten. Antwort «Ja» oder «Nein» ist möglich
Verfolgung von Influencern	Beschreibt, ob die Probanden auf Instagram einem Influencer folgen	«Ja sogar sehr vielen.» (Proband C)	Zu Influencer können Modeblogger, Berühmtheiten sowie Sportler gezählt werden
Grund für die Verfolgung von Influencern	Beschreibt aus welchem Grund die Probanden einem bzw. mehreren Influencern auf Instagram folgen	«Weil ich es cool finde, dass sie so aktiv auf Instagram sind, dass sie immer wieder neue Fotos posten und weil ich mich durch sie inspirieren lasse. Zum Beispiel wie ich ein paar Hosen kombinieren kann.» (Proband A)	Keine Eingrenzung
Anzahl an verfolgter Influencer	Gibt an, welcher Anzahl an Influencern die Probanden folgen	«Ich würde sagen es sind etwa vier.» (Proband A) «Etwa 20 würde ich sagen.» (Proband I)	Keine Eingrenzung
Kauf eines Influencer beworbenen Produktes	Beschreibt, ob die Probanden bereits Produkte im Bereich	«Ja, meine Uhr habe ich gekauft, weil ich sie irgendwo auf Insta-	Nur Produkte im Bereich Mode (Klamotten, Schuhe, Schmuck

Arten von Zusammen- arbeit zwischen Mode- unternehmen und In- fluencern	Mode erworben haben, welche durch einen Influencer Beitrag beworben wurden	gram gesehen habe.» (Proband F)	etc.). Ansonsten fällt es nicht unter diese Kate- gorie
	Beschreibt die Kennt- nisse, welche die Pro- banden bezüglich der Zusammenarbeit zwi- schen Modeunterneh- men und Influencern haben.	«Ja ich denke einfach, dass Influencer Geld erhalten, wenn sie etwas präsentieren.» (Proband B)	Keine Eingrenzung

Unbezahlte Influencer Beiträge Nummer (1) und (4)

Tabelle 5: Kodierleitfaden – Unbezahlte Influencer Beiträge (1) und (4) (in Anlehnung an Mayring & Fenzl, 2014, S. 549)

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Beschreibung des Bei- trages	Beschreibt, was die Probanden auf dem gezeigten Influencer Beitrag sehen	«Ein schönes Outfit, welches ich selber auch so kombinieren bzw. kaufen würde. Im Hin- tergrund habe ich ein grosses, modernes Gebäude gesehen, was auf mich wirkt, als ob er direkt von einem Business Meeting kommen würde. Er hat ziemlich elegant ausge- sehen, aber auch sport- lich.» (Proband A)	Lediglich eine Be- schreibung des Beitra- ges, die «Gedanken» dazu sind in der näch- sten Kategorie enthalten
Gedanken	Beschreibt, welche Gedanken der Proband beim Anschauen des Beitrages hat	«Ich fand den Beitrag sehr schön und sympa- thisch. Ich habe mir auch überlegt, warum sie keine Hosen anhat –	Keine Eingrenzung

		habe aber dann gesehen, dass die geschrieben hat, dass es ein Bikini ist.» (Proband D)	
«Like» am Beitrag	Beschreibt, was dem Probanden am Beitrag gefallen hat	«Mir hat der Pullover gefallen.» (Proband A) «Ich finde es einen schönen Hintergrund mit einer Art Altstadt.» (Proband H)	Beinhaltet lediglich, was dem Probanden gefallen hat. Nicht gefallen wird in der nächsten Kategorie abgedeckt
«Dislike» am Beitrag	Beschreibt, was dem Probanden am Beitrag nicht gefallen hat	«Es wirkt schon ein bisschen gestellt, aber das ist normal bei solchen Bildern.» (Proband F)	Keine Eingrenzung
Grund für das Teilen des Beitrages	Beschreibt den angenommenen Grund des Probanden, weshalb der Influencer den Beitrag geteilt hat	«Ich denke um Werbung für die markierten Unternehmen zu machen.» (Proband C) «Ich denke nicht, dass die für Kleider wirbt mit diesem Beitrag. Das ist meiner Meinung nach auf diesem Beitrag nicht zentral. Ich denke sie wollte ein schönes Foto ihren Followern präsentieren.» (Proband E)	Keine Eingrenzung
Abkaufen des Kleidungsstils	Beschreibt, ob die Probanden den Kleidungsstil des Influencers auf dem Beitrag abkaufen	«Ja ich denke schon. Die Kleider passen zu ihm und er wirkt nicht verkleidet.» (Proband C)	Antwort «Ja» oder «Nein» ist möglich

Authentizität / Glaubwürdigkeit	Beschreibt, wie der Beitrag in Bezug auf Authentizität bzw. Glaubwürdigkeit auf die Probanden wirkt	«Dass es ein schönes Foto ist und nicht gestellt wirkt, da die Hände ein wenig verschwommen sind. Ich finde es kommt echt und natürlich rüber.» (Proband E)	Keine Eingrenzung
Erinnerung der Marken	Beschreibt, ob und an welche Marken des Beitrages sich die Probanden erinnern konnten	«Zara konnte ich mir merken.» (Proband G) «Nein, das weiss ich nicht mehr.» (Proband I)	Beinhaltet nur Modemarken welche auf dem Beitrag vorkamen. Weitere Markierungen wie bspw. von Fotografen oder Modemagazinen fallen nicht in diese Kategorie
Grund der Erinnerung	Beschreibt, aus welchem Grund sich die Probanden an die Marken auf dem Beitrag erinnern konnten	«Weil ich Zara schon kenne und mir schon Klamotten davon gekauft habe.» (Proband G)	Keine Eingrenzung
Grund der «Nicht Erinnerung»	Beschreibt, aus welchem Grund sich die Probanden nicht an die Marken auf dem Beitrag erinnern konnten	«Ich habe mich ehrlich gesagt nicht darauf geachtet.» (Proband H)	Keine Eingrenzung
Einstellung gegenüber der Marke	Beschreibt, welche Einstellung (positiv / negativ) die Probanden gegenüber der Marken aufgrund des Beitrages haben	«Eigentlich positiv. Ich habe selber auch Klamotten von Zara und bin zufrieden damit.» (Proband C)	Die Einstellung gegenüber dem Influencer fällt nicht in diese Kategorie
Einfluss auf die Marke	Beschreibt, welchen Einfluss der Beitrag aus Sicht der Probanden auf die Marke hat	«Einen positiven Einfluss. Ich finde das Bild ist ziemlich gelungen und wenn jetzt	Keine Eingrenzung

		jemand ein Produkt schön findet, wird er sicher das Produkt suchen.» (Proband A)	
Reaktion auf den Beitrag	Beschreibt, welche Reaktionen die Probanden auf den Beitrag zeigen würden	«Ich würde nicht gross darauf reagieren. Vielleicht würde ich den Beitrag liken.» (Proband F)	Die Absicht etwas zu kaufen fällt in die folgende Kategorie
Absicht etwas zu erwerben	Beschreibt, ob und welche Absicht die Probanden haben etwas auf dem Beitrag zu erwerben	«Nein, ehrlich gesagt nicht. Das Outfit ist einfach zu schlicht bzw. zu langweilig.» (Proband E)	Lediglich in Bezug auf Mode

Bezahlte Influencer Beiträge Nummer (2) und (3)

Tabelle 6: Kodierleitfaden – Bezahlte Influencer Beiträge (2) und (3) (in Anlehnung an Mayring & Fenzl, 2014, S. 549)

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Beschreibung des Beitrages	Beschreibt, was die Probanden auf dem gezeigten Influencer Beitrag sehen	«Ich sehe gleich oben am Beitrag, dass da «bezahlte Partnerschaft» steht und dass er in New York ist. Er hat noch geschrieben, was sie gemacht haben und dass er die Jacke liebt.» (Proband C)	Lediglich eine Beschreibung des Beitrages, die «Gedanken» dazu sind in der nächsten Kategorie enthalten
Gedanken	Beschreibt, welche Gedanken der Proband beim Anschauen des Beitrages hat	«Als erstes habe ich gedacht, dass das Bild sehr harmonisch aussieht. Es ist alles aufeinander abgestimmt. Ich denke sie weiss was sie macht. Es war ein sehr	Keine Eingrenzung

		stimmiges Bild.» (Proband I)	
«Like» am Beitrag	Beschreibt, was dem Probanden am Beitrag gefallen hat	«Es ist ein schönes Bild, der Hintergrund ist schön mit der Brücke. Auch die Klamotten gefallen mir.» (Proband G)	Beinhaltet lediglich, was dem Probanden gefallen hat. Nicht gefallen wird in der nächsten Kategorie abgedeckt
«Dislike» am Beitrag	Beschreibt, was dem Probanden am Beitrag nicht gefallen hat	«Nur, dass das Bild gestellt wirkt. Sonst gefällt es mir.» (Proband D)	Keine Eingrenzung
Grund für das Teilen des Beitrages	Beschreibt den angenommenen Grund des Probanden, weshalb der Influencer den Beitrag geteilt hat	Sie bekommt sicher Geld dafür. Es steht ja auch bezahlte «Partnerschaft. Daher denke ich sie bekommt Geld dafür, dass sie diese Schuhe anhat, eine Foto macht und es auf Instagram lädt mit der Markierung von Puma.» (Proband E)	Keine Eingrenzung
Abkaufen des Kleidungsstils	Beschreibt, ob die Probanden den Kleidungsstil des Influencers auf dem Beitrag abkaufen	«Ja, sie sieht sportlich aus und darum nehme ich an, dass die Klamotten auch auf ihrem Stil beruhen.» (Proband B)	Antwort «Ja» oder «Nein» ist möglich
Authentizität / Glaubwürdigkeit	Beschreibt, wie der Beitrag in Bezug auf Authentizität bzw. Glaubwürdigkeit auf die Probanden wirkt	«Nicht sehr gut, weil das Bild auf mich gestellt wirkt.» (Proband D)	Keine Eingrenzung
Erinnerung der Marken	Beschreibt, ob und an welche Marken des	«Ja, das war Hugo Boss.» (Proband A)	Beinhaltet nur Modemarken welche auf

Grund der Erinnerung	Beitrages sich die Probanden erinnern konnten	«Ja, es war nur Puma.» (Proband I)	dem Beitrag vorkamen. Weitere Markierungen wie bspw. von Fotografen oder Modemagazinen fallen nicht in diese Kategorie
	Beschreibt, aus welchem Grund sich die Probanden an die Marken auf dem Beitrag erinnern konnten	«Ich denke, weil ich Prada schon kannte.» (Proband C) «Weil ich sie kenne und weil es offensichtlich gestanden ist durch «bezahlte Partnerschaft mit Prada».» (Proband J)	Keine Eingrenzung
Grund der «Nicht Erinnerung»	Beschreibt, aus welchem Grund sich die Probanden nicht an die Marken auf dem Beitrag erinnern konnten	«Ich habe sie nicht gekannt und konnte sie mir daher auch nicht merken.» (Proband F)	
Einstellung gegenüber der Marke	Beschreibt, welche Einstellung (positiv / negativ) die Probanden gegenüber der Marken aufgrund des Beitrages haben	«Auf mich wirkt die Marke dadurch ein bisschen negativ.» (Proband A)	Die Einstellung gegenüber dem Influencer fällt nicht in diese Kategorie
Einfluss auf die Marke	Beschreibt, welchen Einfluss der Beitrag aus Sicht der Probanden auf die Marke hat	«Ich finde einen Positiven. Es gibt sicher Leute denen vielleicht die Jacke oder die Tasche gefallen wird und sich dann darüber schlau machen.» (Proband D)	Keine Eingrenzung
Reaktion auf den Beitrag	Beschreibt, welche Reaktionen die Probanden	«Ich würde ihn kurz anschauen, dann aber	Die Absicht etwas zu kaufen fällt in die fol-

Absicht etwas zu erwerben	banden auf den Beitrag zeigen würden	weitscrollen. Ich würde nicht gross auf das eingehen.» (Proband A)	gende Kategorie
	Beschreibt, ob und welche Absicht die Probanden haben etwas auf dem Beitrag zu erwerben	«Nein, um etwas zu kaufen gefallen mir die Kleider zu wenig.» (Proband H)	Lediglich in Bezug auf Mode

Vergleich unbezahlte / bezahlte Influencer Beiträge

Tabelle 7: Kodierleitfaden – Vergleich bezahlte / unbezahlte Influencer Beiträge (in Anlehnung an Mayring & Fenzl, 2014, S. 549)

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Beitrag bei welchem die Marke besser in Szene gesetzt ist	Beschreibt, bei welchem der beiden Influencer Beiträge die Probanden die Marke besser in Szene gesetzt empfinden	«Auf jeden Fall beim ersten Beitrag mit den Taxis.» (Proband B)	Es können beide Beiträge gleich gewertet werden
Grund des Empfindens der besseren Markeninszenierung	Beschreibt den Grund des Empfindens der Probanden bezüglich der Markeninszenierung	«Da bei diesem nur eine Marke markiert ist und die Marke im Zentrum des Beitrages steht. Beim anderen Beitrag waren es mehrere Marken.» (Proband J)	Keine Eingrenzung
Kooperation mit Unternehmen	Beschreibt, bei welchem Beitrag die Probanden eine Kooperation mit einem Unternehmen empfinden	«Auf dem zweiten Beitrag mit dem Auto.» (Proband E) «Ich denke bei Beiden.» (Proband F)	Es können beide Beiträge vom Probanden als eine Kooperation mit einem Unternehmen empfunden werden
Grund der Empfindung	Beschreibt den Grund,	«Wegen der «bezahlten	Es können bei beiden

einer Kooperation

weshalb die Probanden den Beitrag bzw. die Beiträge als Kooperation empfinden	Partnerschaft» oben am Bild.» (Proband D)	Beiträgen Gründe genannt werden
---	---	---------------------------------

Abschluss

Tabelle 8: Kodierleitfaden – Abschluss (in Anlehnung an Mayring & Fenzl, 2014, S. 549)

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge	Beschreibt die Auffassung der Unterscheidung zwischen bezahlten und unbezahlten Influencer Beiträgen.	(Ich würde sagen ja. Ich weiss nicht ob ich es richtig zugeordnet habe, aber ich würde sagen, dass jeweils der zweite Beitrag, den du mir gezeigt hast, der bezahlte war.» (Proband A))	Der Unterschied kann auch falsch erkannt werden. Die Auffassung der Probanden wird nichtsdestotrotz in den Ergebnissen aufgeführt. Es kann jedoch auch kein Unterschied festgestellt werden
Grund der Unterscheidung	Beschreibt den Grund für das Empfinden der Unterscheidung	«Sie haben bei zwei Beiträgen diese Partnerschaften angegeben und bei den anderen einfach nur die Marke auf dem Bild markiert.» (Proband H)	Fällt bei «Nichterkenntung» der Unterschiede weg
Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge im Alltag	Beschreibt, ob die Probanden den Unterschied zwischen bezahlten und unbezahlten Beiträgen im Alltag erkennen.	«Nein überhaupt nicht. Ich nehme es vielleicht schon war, aber ich kann mich nicht erinnern, dass das mir mal explizit aufgefallen ist. Ich habe mich während diesem Interview mehr damit auseinandergesetzt und die Beiträge auch genauer ange-	Falls die Unterscheidung nicht erkannt wird, wird die Erkennung der «bezahlten Partnerschaften» im Alltag miteinbezogen

		schaut, als wenn ich bei mir auf Instagram bin. Sonst schaue ich die Beiträge nicht so genau an.» (Proband C)	
Empfinden gegenüber der Kooperationen	Beschreibt das Empfinden sowie die Einstellungen gegenüber Kooperationen zwischen Influencern und Modeunternehmen (bezahlte Beiträge)	«Eigentlich ganz normal. Ich finde das nicht schlimm. Es fällt mir einfach auf. Früher ist das ja nicht gestanden.» (Proband G)	Keine Eingrenzung
Änderung der Einstellung gegenüber einem Produkt bei einer Bezahlung des Influencers	Beschreibt, ob und wie sich die Einstellung gegenüber einem Produkt ändert, wenn die Probanden merken, dass ein Beitrag bezahlt wurde	«Nein, überhaupt nicht. Ich finde es gut, dass sie Geld dafür bekommen, denn bei so einem Beitrag steckt auch Arbeit dahinter.» (Proband D)	Keine Eingrenzung
Authentizität der beiden Beitragsarten	Beschreibt, welcher der beiden Beitragsarten auf die Probanden authentischer wirkt	«Klar Beiträge ohne Kooperation. Weil es von ihnen aus eigener Überzeugung kommt, ihnen gefällt und sie das auch im Alltag anziehen würden.» (Proband E)	Die Beitragsarten können im gleichen Masse authentisch auf die Probanden wirken
Änderung des Vertrauens in den Influencer	Beschreibt, ob sich das Vertrauen der Probanden in einen Influencer bei bezahlten Beiträgen ändert.	«Nein eigentlich nicht. Nur wenn es überhäuft vorkommen würde. Wenn dies der Fall ist, kann es sein, dass ich ihm entfolgen würde. Aus dem Grund, da er mich dann nicht mehr inspiriert, sondern ich nur noch das Gefühl	Antwort «Ja» oder «Nein» ist möglich

		habe, dass er mir etwas verkaufen will.» (Proband A)	
Kaufabsicht durch Influencer	Beschreibt, was und ob die Probanden einmal (oder mehrmals) die Absicht hatten, etwas zu kaufen wofür ein Influencer geworben hat.	«Ja, schon sehr oft. Bei Shirts und Schuhen. Ich habe mich dann einfach informiert und geschaut ob ich es mir leisten kann.» (Proband C)	Es wird der Bereich Mode eingegrenzt (bspw. Pullover, Schuhe, Shirts etc.)
Unterschiedliche Kaufabsicht bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträgen	Beschreibt, welche und ob die Probanden unterschiedliche Kaufabsichten bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträgen aufweisen	«Nein, mir ist das eigentlich egal.» (Proband H)	Keine Eingrenzung
Notwendigkeit bei einem Influencer Beitrag	Beschreibt, was Probanden bei einem Influencer Beitrag als notwendig empfinden bzw. was sie sich bei einem Influencer Beitrag wünschen	«Ich finde die Location sehr wichtig, da diese das Bild interessant macht. Die Fotoqualität finde ich auch wichtig. Die Kombination der Kleidung auch stimmig gewählt werden.» (Proband B)	Keine Eingrenzung
Tabu bei einem Influencer Beitrag	Beschreibt, was bei Probanden auf Ablehnung stößt bzw. was ein Influencer Beitrag nicht haben darf	«Wenn bei einem bezahlten Beitrag die Influencer in der Bildbeschreibung so tun, als ob der Beitrag spontan entstanden ist.» (Proband E)	Keine Eingrenzung

Anhang 21: Daten der Kategorie «Grund für die Nutzung von Instagram»

Tabelle 9: Daten der Kategorie «Grund für die Nutzung von Instagram»

	Grund für die Nutzung von Instagram
Proband A	Ich benutze es, weil mir manchmal langweilig ist, aber auch als Inspiration. Vor allem im Bereich Mode findet man sehr viele Beiträge, welche einem inspirieren.
Proband B	Um Beiträge von meinen Kollegen zu sehen und auch selber Bilder zu eilen.
Proband C	Zum einen um zu erfahren, was meine Kollegen für Bilder online stellen und wo sie sind und zum anderen kann ich auch selber Bilder auf Instagram posten.
Proband D	Weil es alle haben. Es ist für mich noch eine Art zeitvertrieb und um mit meinen Kollegen zu kommunizieren.
Proband E	Um zu verfolgen, was meine Kollegen machen. Auch wegen modischen Sachen bzw. wegen Kleidern. Da gibt es ja sehr viele Seiten.
Proband F	Der Hauptgrund ist gegen Langeweile. Ich nutze es aber auch um auf dem aktuellsten Stand zu sein in Bezug auf meine Kollegen und Stars.
Proband G	Um Bilder und Videos anzuschauen.
Proband H	Um zu sehen, was meine Kollegen unternehmen.
Proband I	Hauptsächlich um mich über Kollegen auf dem Laufenden zu halten. Es geht mir dabei weniger um mich, damit ich viel poste. Ich finde jeder benutzt es einfach heutzutage.
Proband J	Um mir Memes anzuschauen und auch zu sehen, was meine Kollegen machen. Ich habe halt kein Facebook. Das ist meine einzige Soziale Plattform – neben Snapchat. Ich benutze es auch als News Portal in Bezug auf Fussball.

Anhang 22: Daten der Kategorie «Instagram Nutzung»

Tabelle 10: Daten der Kategorie «Instagram Nutzung»

	Instagram Nutzung
Proband A	Ja meistens gehe ich auf das «Häuschen». Hier sehe ich einfach Beiträge von den Leuten die ich kenne. Und da sehe ich weniger interessante Inhalte. Was ich interessant finde ist die zweite Option bei welcher man auf Personen stösst, welche man nicht kennt. Die meiste Zeit verbringe ich eigentlich auf diesem Interface auf Instagram.
Proband B	also ich öffne die App und schaue zuerst den News Feed an. Sobald ich diese gesehen habe, schaue ich, wer meine Bilder liket. Falls mich noch jemand interessiert, suche ich diese Person und schaue sie mir an. Viel mehr mache ich eigentlich nicht.
Proband C	Als erstes gehe ich auf die Startseite und schaue was für Stories es gibt bzw. schaue sie mir an. Als nächstes schaue ich den News Feed an um zu sehen, was für neue Bilder gepostet wurden. Ab und zu schaue ich wer was geliket hat. Falls mich noch weitere Sache interessieren, gehe ich auf «Suchen».
Proband D	Also ich öffne die App und schaue mir als erstes den News Feed an und like vielleicht ein

	paar Bilder. Als nächstes schaue ich normalerweise die Stories an. Wenn mir langweilig ist schaue ich dann noch bei «Erforschen», was es neues gibt.
Proband E	Als erstes gehe ich auf den News-Feed und schaue mir die neusten Beiträge an. Sobald ich genug davon habe, schaue ich mir noch ein paar Stories an. Als letztes gehe ich noch auf «Erforschen» und schau mir dort Beiträge an.
Proband F	Also als erstes schaue ich mir die Startseite, um zu sehen, was es neues gibt. Dann schaue ich mir ein paar Stories an, aber nicht alle. Manchmal suche ich auch nach Personen.
Proband G	Ich gehe auf die App, dann schaue ich mir die Bilder an und wenn mir etwas gefällt like ich es. Früher ging ich noch bei «Abonniert» nachschauen, aber das mache ich heute nicht mehr. Eigentlich bin ich nur noch auf der Startseite und scrolle nach unten und like was mir gefällt.
Proband H	Ja. Also ich öffne die App und schaue zuerst ein paar Stories an. Dann schaue ich mir die Startseite an.
Proband I	Ich öffne die App und sehe mir als erstes meine Nachrichten an. Dann schaue ich mir die Stories und die Hauptseite an. Wenn ich damit fertig bin, schaue ich mir bei «Search» noch weitere Beiträge an.
Proband J	Mein normaler Verlauf – also als erstes checke ich meistens die Stories ab, um zu sehen was es neues gibt. Danach sehe ich mir die Startseite durch. Das wäre eigentlich alles. Es kommt halt darauf an, manchmal suche ich auch nach jemandem oder gehe auf eine Person drauf.

Anhang 23: Daten der Kategorie «Like Verhalten»

Tabelle 11: Daten der Kategorie «Like Verhalten»

	Like Verhalten
Proband A	Das können wir eigentlich gleich zusammen anschauen. Meistens sind es Bilder aus meinem Kollegenkreis, aber auch von Modebloggern, welchen ich folge. Urlaubsfotos, Lifestyle Bilder und Tierfotos «like» ich auch noch oft.
Proband B	Ich denke das ist ein bisschen undefinierbar. Es gibt nichts, was ich immer like. Schon mehr Beiträge mit Personen darauf.
Proband C	Beiträge von Kollegen und Autos.
Proband D	Von meinen Kollegen, Sportseiten und Sportlern aber auch von Influencern. Und natürlich Memes.
Proband E	Beiträge von meinen Kollegen und von Stars. Oft aber auch Beiträge auf «9gag» oder andere Memes.
Proband F	Meistens von Freunden und Bekannten. Ich like auch Stars, wenn mir die Beiträge gut gefallen.
Proband G	Meistens Sachen über Fussball. Ich folge hauptsächlich Fussballstars.
Proband H	Mehrheitlich von Kollegen, aber auch allgemein schöne Bilder.
Proband I	Ich like überhaupt nicht viel. Vor allem like ich Bilder von Kolleginnen und Kollegen.

	Teilweise like ich auch Bilder von Prominenten und Influencern, wenn sie mir sehr gut gefallen. Es gibt jedoch nicht eine Person von der ich alles like.
Proband J	Vielmals vergesse ich zu liken. Ich finde es dann cool, vergesse es aber zu liken. Meistens like ich jedoch Bilder von Kollegen. Zum Teil auch Bilder über die Umwelt und menschenbewegende Sachen etc.

Anhang 24: Daten der Kategorie «Interesse an Mode»

Tabelle 12: Daten der Kategorie «Interesse an Mode»

	Interesse an Mode
Proband A	Mode ist ein Bestandteil von meinem Leben. Ich identifiziere mich mit der Mode und finde das eine gute Art sich ausdrücken zu können. Damit kann man schon fast «Statements» setzen. Es wird auch nie langweilig und es wechselt immer.
Proband B	Ich interessiere mich schon sehr für Mode und schaue auch, dass ich mich gut kleide.
Proband C	Ich interessiere mich schon für Mode. Ich folge auch Seiten auf Instagram, welche Schuhe und Kleider posten. So kann ich mir Inspiration holen.
Proband D	Ich interessiere mich schon für Mode und versuche mich immer aktuell zu kleiden.
Proband E	Ich interessiere mich schon für Mode und verfolge auch Seiten auf Instagram um immer wieder neue Sachen zu sehen (...).
Proband F	Ich schaue schon, was momentan modern ist und was ich anziehen bzw. kaufen soll.
Proband G	Eigentlich nicht so.
Proband H	Nicht speziell gross.
Proband I	Ich interessiere mich schon für Mode. Es ist aber nicht so, dass ich nur Klamotten anziehe, welche modisch sind. Ich habe nicht voll den Fokus darauf. Wahrscheinlich liegt es daran, dass ich den Trend nicht verfolgen kann, da ich zu wenig Geld habe als Schülerin. Es ist bei mir glaube ich noch nie vorgekommen, dass mir etwas sehr gefallen hat und ich dann das gleiche Teil nachgekauft habe. Ich habe auch noch nie etwas aus Amerika bestellt.
Proband J	Insofern für neue Releases von Klamotten. Da sehe ich was Neues rauskommt und was die neuen Trends sind. Ich lasse mich gerne inspirieren.

Anhang 25: Daten der Kategorie «Modeinspiration»

Tabelle 13: Daten der Kategorie «Modeinspiration»

	Modeinspiration
Proband A	Ja meistens schon auf Instagram – also eigentlich nur auf Instagram.
Proband B	Es gibt ein paar Instagram Accounts von Influencern, welche einen guten Geschmack haben. Bei diesen gehe ich manchmal auf das Profil und lasse mich inspirieren.

Proband C	Ja eigentlich schon auf Instagram Seiten. Bei Kollegen und anderen Kleiderseiten informiere ich mich auch noch. Zum Beispiel Zalando.
Proband D	Bei berühmten Persönlichkeiten auf Instagram oder in der Schule bei Kollegen.
Proband E	Ich folge sehr vielen Leuten auf Instagram, welche bei «Love Island» mitgemacht haben. Diese Leute sind nach der Serie meistens sehr beliebt und bekommen auch viele Jobs und Kleider. Sie sind eigentlich eine Art von Influencern. Bei diesen informiere ich mich sehr oft. Manchmal noch auf Zalando.
Proband F	Ich gehe auf Zalando und schaue, was es neues gibt oder gehe direkt in die Läden und schaue was es dort gibt. Je nach dem auf Instagram, wenn ich etwas Cooles sehe.
Proband G	Ein bisschen auf Zalando. Auf Instagram eher nicht, ausser bei einer Seite, welcher ich folge.
Proband H	Ja auf Instagram sieht man noch Stars, welche sich gut kleiden. Aber auch im Umfeld lasse ich mich inspirieren zum Beispiel bei Kollegen.
Proband I	Ich denke schon, dass es hauptsächlich auf Instagram passiert. Manchmal schaue ich mir auch noch Magazine an. Hauptquelle ist aber schon Instagram.
Proband J	Ist schwer zu sagen. Schon mehrheitlich auf Instagram. Ich schaue mir normalerweise Zeitschriften eher weniger an. Wenn ich etwas Bestimmtes wissen will, dann «google» ich es.

Anhang 26: Daten der Kategorie «Verfolgung von Accounts mit Modebezug»

Tabelle 14: Daten der Kategorie «Verfolgung von Accounts mit Modebezug»

	Verfolgung von Accounts mit Modebezug
Proband A	Ja.
Proband B	Ja.
Proband C	Ja, mehreren.
Proband D	Ja.
Proband E	Ja, dann schon.
Proband F	Ja ich folge ein paar Models auf Instagram.
Proband G	Ja
Proband H	Nein.
Proband I	Nur Thema Mode nicht. Ich folge aber schon einigen, welche immer wieder etwas mit dem Thema Mode posten, jedoch nicht nur. Zum Beispiel H&M oder ähnliches folge ich nicht.
Proband J	Ja, mehreren.

Anhang 27: Daten der Kategorie «Verfolgung von Influencern»

Tabelle 15: Daten der Kategorie «Verfolgung von Influencern»

	Verfolgung von Influencern
Proband A	Ja.
Proband B	Ja schon einigen.
Proband C	Ja sogar sehr vielen.
Proband D	Ja.
Proband E	Ja.
Proband F	Ja.
Proband G	Ja.
Proband H	Ja, das schon.
Proband I	Ja, sicher. Heutzutage ist man ja schon ab ein paar tausend Follower Influencer. Ich folge auf jeden Fall Influencern.
Proband J	Ich schaue, dass ich das nicht mache. Die verdienen ihr Geld, indem wir ihnen folgen und das unterstütze ich nicht. Ich folge glaube ich keinem Influencer. Mir ist gerade eingefallen, dass ich Mariano di Vaio folge, er ist auch ein Influencer.

Anhang 28: Daten der Kategorie «Grund für die Verfolgung von Influencern»

Tabelle 16: Daten der Kategorie «Grund für die Verfolgung von Influencern»

	Grund für die Verfolgung von Influencern
Proband A	Weil ich es cool finde, dass sie so aktiv auf Instagram sind, dass sie immer wieder neue Fotos posten und weil ich mich durch sie inspirieren lasse. Zum Beispiel wie ich ein paar Hosen kombinieren kann.
Proband B	Zum Teil sind es YouTouber, welchen ich folge, da mich das interessiert. Und andere sind spezialisiert auf Sport und das interessiert mich ebenfalls. Aber auch wegen der Mode, welche auf Instagram oft präsentiert wird.
Proband C	Sie posten immer die aktuellsten Sachen. Zum Beispiel bei Autos zeigen sie immer die neusten Sachen die es gibt, genau wie bei Kleidern.
Proband D	Weil man bei ihnen immer die neusten und aktuellsten Sachen sieht. Bei den Stories sehe ich auch immer was sie gerade machen.
Proband E	Hauptsächlich eigentlich um Modetrends mitzubekommen.
Proband F	Mich interessiert was sie machen und posten.
Proband G	weil er ein Fussballer ist, nicht wegen der Mode. Aber sonst Modebloggern folge ich nicht.
Proband H	Weil ich die Personen einfach «cool» finde. Als Inspiration sehe ich sie eher weniger an. Um zu schauen, was sie so machen.

Proband I	Die Bilder von denen sind schön anzuschauen. Ich denke mir aber oft bei Influencern, dass sich deren ganzes Leben nur um diese Bilder dreht, damit sie immer wieder schöne Bilder posten können. Es ist logischerweise sehr schön anzuschauen, ich bin aber fast schon ein bisschen abgeneigt dem gegenüber, da sie nur noch auf Social Media leben. Bei mir geht es auch noch um Persönlichkeit – ich muss die Influencer auch sympathisch finden.
Proband J	-

Anhang 29: Daten der Kategorie «Anzahl an verfolgter Influencer»

Tabelle 17: Daten der Kategorie «Anzahl an verfolgter Influencer»

	Anzahl an verfolgter Influencer
Proband A	Ich würde sagen es sind etwa vier. Und alles Männer.
Proband B	Ich denke sechs.
Proband C	Ich denke so 60 bis 80 Influencern.
Proband D	So 10 denke ich.
Proband E	Ich denke etwa 50.
Proband F	10
Proband G	-
Proband H	So um die 15.
Proband I	Etwa 20 würde ich sagen.
Proband J	-

Anhang 30: Daten der Kategorie «Kauf eines Influencer beworbenen Produktes»

Tabelle 18: Daten der Kategorie «Kauf eines Influencer beworbenen Produktes»

	Kauf eines Influencer beworbenen Produktes
Proband A	Ja also direkt genau das gleiche nicht, weil es meistens schwierig ist zu finden was sie tragen (...). Aber es gibt auch Kleider, welche ich gekauft habe, weil ich sie durch Influencer gefunden habe. Auf jeden Fall wurde ich schon durch Influencer auf die Homepage von Modelabeln geleitet und habe dort etwas gefunden was mir gefällt.
Proband B	Nein, das habe ich noch nie. Aha doch, ich habe schon einmal Bikinis bestellt.
Proband C	Nicht genau das gleiche, aber etwas Ähnliches.
Proband D	Bikinis zum Beispiel. Aber auch Schuhe.
Proband E	Ja, gerade eben wollte ich mir etwas kaufen. Ich habe es noch nicht gemacht, aber ich werde noch.
Proband F	Ja, meine Uhr habe ich gekauft, weil ich sie irgendwo auf Instagram gesehen habe.

Proband G	Nein, das Geld hat gefehlt.
Proband H	Nein.
Proband I	Nein so direkt nicht. Ich habe mir schon etwas gekauft was ähnlich ist, aber nicht genau das gleiche. Zum Beispiel eine Jeans Jacke. Direkt etwas nachgekauft habe ich aber noch nie.
Proband J	Nein, ich kann mich nicht daran erinnern. Wenn ich merke, dass ein Influencer Produktplatzierungen macht, folge ich ihm meistens nicht. Gekauft habe ich noch nie etwas, nein.

Anhang 31: Daten der Kategorie «Arten von Zusammenarbeit zwischen Modeunternehmen und Influencern»

Tabelle 19: Daten der Kategorie «Arten von Zusammenarbeit zwischen Modeunternehmen und Influencern»

	Arten von Zusammenarbeit zwischen Modeunternehmen und Influencern
Proband A	(...). Ich glaube den Influencern werden Kleider zugeschickt und diese stellen dann nur die Kleider online, welche zu ihnen passen bzw. ihnen gefallen. Also alle Influencer, welchen ich folge haben eigentlich einen ähnlichen Style und ich folge ihnen, weil mir ihr Style gefällt. Ich glaube vieles ist quasi Vorbesprochen, aber ich bin nicht der Meinung, dass sie alles werben.
Proband B	Ja ich denke einfach, dass Influencer Geld erhalten, wenn sie etwas präsentieren.
Proband C	Sie können den Influencern einen bestimmten «Lohn» bezahlen oder Rabatt auf ihre Produkte geben. Im Gegenzug posten die Influencer ein Bild von den Produkten in der Hoffnung das die Marke «in» wird.
Proband D	Ja es gibt so eine «Art» Reisen auf denen die Influencer mitgenommen werden und sie dann neue Produkte bewerben.
Proband E	Ja, indem sie einfach ein Bild posten mit dem was sie anhaben und sie dann die Klamotten markieren, woher sie diese haben. Wenn es einem gefällt, geht man dann halt darauf.
Proband F	Ich denke, wenn jemand genug Follower hat, gehen die Modeunternehmen auf Influencer zu und geben ihnen Kleider, um Fotos mit diesen zu posten. Je nachdem wie viele Follower der Influencer hat, kann es sein, dass er noch Geld bekommt dafür.
Proband G	Ja, mit T-Shirts verkaufen und dann machen die Werbung mit diesem T-Shirt. Es gibt ja so Schleichwerbungen und solche Sachen.
Proband H	Ja, Influencer haben viele Follower. Unternehmen geben dann den Influencern ihre Produkte und sie posten sie dann auf Instagram. Da sie viele Follower haben ist das eigentlich die beste Werbung.
Proband I	Ich glaube Influencer sprechen die Unternehmen und diese entscheiden diese ob und mit welchen Influencern sie zusammenarbeiten wollen. Schon ab 100'000 Followern sehen unheimlich viele Leute die Beiträge und das ist für Unternehmen schon die beste Werbemöglichkeit. Ich denke aber die Influencer sprechen die Unternehmen an, ausser die ganz grossen Stars/Influencer. Es gibt so viele Influencer und ich denke Unternehmen suchen nicht extra nach Influencern, sondern umgekehrt.
Proband J	Ja, kenne ich. Durch Produktplatzierungen, indem die Influencer die Klamotten posten und

	die Marken markieren.
--	-----------------------

Anhang 32: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»

Tabelle 20: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»

	Beschreibung des Beitrages	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ein schönes Outfit, welches ich selber auch so kombinieren bzw. kaufen würde. Im Hintergrund habe ich ein grosses, modernes Gebäude gesehen, was auf mich wirkt, als ob er direkt von einem Business Meeting kommen würde. Er hat ziemlich elegant ausgesehen, aber auch sportlich.	Da habe ich wieder eine Stadt gesehen bzw. ein Industriegebiet. Einen sehr schönen Pullover.
Proband B	Sie war auf einer Strasse und war am Lächeln. Sie trug ein Bikini Unterteil und hatte offene Haare. Der Hintergrund des Bildes war sehr schön.	Sie hatte ein komplett schwarzes Outfit an und war wahrscheinlich irgendwo am Strand. Sie trug noch eine Sonnenbrille.
Proband C	Als erstes sehe ich wo die Person ist, da sie das oben am Bild markiert hat. Dann weiter hat Influencer seine Kleidung markiert, woher er sie hat. Ich denke aus dem Grund, damit man sofort weiss, wo man die Kleider kaufen kann. Man sieht alle Sachen übersichtlich auf dem Bild – Schal, Hemd, Mantel und Schuhe. Unten im Bildbeschreibung, erzählt er noch, wann man solch ein Outfit tragen kann. Zum Beispiel an einem Freitag, wenn man nicht viel mit Kunden zu tun hat – im Sinne von «Casual Friday».	Hier ist mir aufgefallen, dass der Ort nicht markiert ist sowie dass keine bezahlte Partnerschaft angegeben ist. In der Bildbeschreibung steht auch nichts. Er hat einfach die Marken auf dem Bild markiert.
Proband D	Eine Frau, die Pamela heisst. Sie trug ein Bikiniunterteil und einen weissen Pullover. Sie stand auf einer Strasse und im Hintergrund war der Himmel sehr schön. Sie hatte sehr weisse Zähne und schöne lange blonde Haare.	Sie ist bei einem Boot- oder Strandhaus und trägt ein komplett schwarzes Outfit. Ja sie hat alle Marken der Klamotten markiert, aber es kommt mir nicht wirklich wie Werbung vor.
Proband E	Eine Frau mit einem weissen Pullover und in Unterwäsche auf einer Strasse. Im Hintergrund hatte es Palmen und einen schönen Himmel.	Sie ist komplett schwarz gekleidet und steht auf einem Steg. Im Hintergrund sieht man das Meer und einen blauen Himmel. Sie trägt noch eine Sonnenbrille. Die Klamotten waren verlinkt. Es waren verschiedene Marken und nicht nur eine.

Proband F	Sie stand auf einer Strasse und hatte ein Bikini Unterteil und einen Pullover an.	Sie war am Strand und hatte ein komplett schwarzes Outfit an. Sie hat die Marken nur markiert, sonst nichts.
Proband G	Ich habe einen Mann gesehen, der hatte modische Kleidung an. Ich habe noch eine Frage gesehen. Er hatte viele Likes.	Es ist wieder ein Modebild. Es ist wahrscheinlich auch eine Werbung – man hat es aber oben nicht als bezahlte Partnerschaft markiert.
Proband H	Man sieht, dass der Mann Wert auf Mode legt. Ich weiss nicht. Wahrscheinlich ist er Model und er trägt schöne Kleider. Vielleicht war das gerade ein Fotoshooting.	Es ist wieder ein Model, das sich selber zeigen bzw. vermarkten will. Er hat keine Partnerschaft markiert.
Proband I	Sie steht irgendwo in Malibu auf einer Strasse mit Palmen. Sie trägt einen weissen Pullover. Ich glaube eine solche Kombination trägt man normalerweise im Alltag nicht – einen dickeren Pullover mit einem Bikini Unterteil. Wo geht man so hin? Wahrscheinlich möchte sie etwas Neues promoten. Sie hat nichts mit Werbung gekennzeichnet oder verlinkt. Ich glaube das muss man ja heutzutage. Sonst ist mir nichts aufgefallen, ausser dass das Bild stark bearbeitet war. Es sah aber trotzdem sehr gut aus.	Sie steht bei einem Strandhaus und es hat Palmen im Hintergrund. Sie ist wahrscheinlich wieder irgendwo in Kalifornien. Ihr Outfit finde ich sehr düster im Gegenteil zur Kulisse. Vielleicht wollte sie das auch so. Sie ist sehr schwarz angezogen.
Proband J	Auf dem Bild habe ich einen Mann gesehen, der einen Mantel und einen Schal trägt. Er geht gerade aus dem Hyatt Hotel heraus.	Cooler Pullover. Einen weissen Rollkragenpullover, Anzugshosen und ein brauner Gürtel. Er trug noch eine Tasche mit einer Jacke darin. Der Hintergrund sieht aus, als ob er in einer Gasse in New York wäre.

Anhang 33: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»

Tabelle 21: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»

	Grund für das Teilen des Beitrages	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ich glaube, dass dies einfach seiner Person entspricht und er sich authentisch verkörpert.	Ich glaube das ist einfach ein Foto, welches er aus einer Alltagssituation hochgeladen hat.
Proband B	Ich nehme an, um viele Likes zu bekommen.	Ich nehme an, es hat etwas mit der Marke zu tun. Vielleicht will sie ihren Followern auch zeigen, wo sie sich gerade befindet und hat darum den Ort verlinkt. Weiter denke ich sie möchte ihre Kleider präsentieren und auf

		eine Art eine Inspiration darstellen.
Proband C	Ich denke es ist so ein Routine Beitrag, da es wichtig ist für Influencer, dass sie regelmäßig etwas teilen. Wahrscheinlich macht er damit Werbung und es könnte sein, dass er dadurch von den Modehäusern Geld bekommt.	Ich denke um Werbung für die markierten Unternehmen zu machen.
Proband D	Ich denke um zu zeigen wo sie gerade ist, aber auch um sich selber zu zeigen. Wahrscheinlich hat sie sich auf dem Bild gefallen.	Ich denke um sich zu zeigen bzw. zu präsentieren. Sie hat noch Balenciaga markiert, vielleicht hat es etwas mit Prestige zu tun.
Proband E	Ich denke nicht, dass sie für Kleider wirbt mit diesem Beitrag. Das ist meiner Meinung nach auf diesem Beitrag nicht zentral. Ich denke sie wollte ein schönes Foto ihren Followern präsentieren.	Entweder weil sie von den Marken Geld bekommt. Hier bin ich mir aber nicht sicher, da nicht «bezahlte Partnerschaft» steht und da sie mehrere Marken markiert hat. Oder sie hat den Beitrag gepostet, damit die Marken auf sie aufmerksam werden.
Proband F	Sie hat wahrscheinlich Werbung für den Pullover gemacht.	Ich nehme an sie wollte einfach ein Bild posten und hat gleich noch Werbung gemacht. Es ist aber nicht sehr offensichtlich wie bei der bezahlten Partnerschaft.
Proband G	Ich denke um Werbung für diese Unternehmen zu machen. Er verdient sicher so sein Geld.	Um Werbung zu machen. Er ist vielleicht von Zara angefragt worden und bekommt vielleicht die Klamotten gratis, wenn er sie auf Instagram postet.
Proband H	Mit dem Beitrag möchte er vielleicht die Kleider vermarkten und sich selber auch. Vielleicht, dass ihn Modelagenturen oder andere Unternehmen entdecken. Ich habe es wieder vergessen, aber vielleicht macht er auch noch Werbung.	Ich weiss nicht genau, ich denke er macht Werbung und wird dafür bezahlt.
Proband I	Ich denke allgemein, je weniger man trägt, desto mehr Likes bekommt man. Ich denke, wenn man als Influencer erfolgreich sein will muss man täglich Bilder und Stories posten. Ich denke sie hat das Bild gepostet um ihre Follower auf dem Laufenden zu halten und interessant zu bleiben.	Es ist keine Marke mit einer bezahlten Partnerschaft angegeben und es sind drei Marken verlinkt – daher denke ich, dass sie sowieso etwas posten wollte und sich diese Sachen herausgesucht hat um sie zu verlinken. Ich glaube diese Firmen sehen das dann und schicken ihr vielleicht neue Kleider, welche sie dann wieder promoten können.
Proband J	Ich nehme an das ist ein Mode-Influencer. Es kann gut sein, dass es eine Produktplatzierung für das Hyatt Hotel ist.	Sicher ähnliche Gründe, dass er die Marken promoten will. Der Grund ist bei beiden der gleiche, nur bei diesem weniger auffällig.

Anhang 34: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»

Tabelle 22: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»

	Erinnerung der Marken	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Zara ist glaub ich darauf gewesen. Den Rest weiss ich jetzt nicht mehr, da ich mich nicht so auf die Marken fokussiert habe. Ich habe eher das Outfit als Ganzes angeschaut und nicht die Labels, welche dahinterstehen (...). Meistens werden die Marken auf dem Beitrag verlinkt (...).	Zara und Andere, aber die anderen kenn ich nicht.
Proband B	Ja, es war Brandy Melville.	Nein, an überhaupt keine.
Proband C	Ja Zara, Valentino und Karl Lagerfeld konnte ich mir merken.	Eigentlich nur Zara.
Proband D	Nein, ich kann mich nicht erinnern.	Balenciaga, den Rest weiss ich nicht mehr.
Proband E	Nein, ich habe mich nicht darauf geachtet.	Die Schuhe waren von Balenciaga glaube ich. Ich bin mir aber nicht sicher. Den Rest konnte ich mir nicht merken – vielleicht weil mehrere Marken markiert waren.
Proband F	Nein.	Nein.
Proband G	Nein.	Zara konnte ich mir merken.
Proband H	Nein	Ich kann mich nur an Zara erinnern.
Proband I	Ich denke es war wahrscheinlich eine Bikini Marke. Sie hat ja den Hashtag #itsabikini benutzt. Ich weiss jedoch nicht mehr welche Marke es war.	Nein, das weiss ich nicht mehr.
Proband J	Zara, Maison Valentino und Karl Lagerfeld. Die letzte weiss ich nicht mehr.	Etwas mit Monaco. Und Zara auch wieder glaube ich.

Anhang 35: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»

Tabelle 23: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»

	Grund der Erinnerung	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Einerseits, weil ich sie gut kenne und mir der Name direkt aufgefallen ist. Anderer-	Zara ist mir ins Auge gestochen, weil mir der Pullover der Marke sehr gefällt. Wenn

	seits, weil ich selber Zara Kunde bin und darum diese Verbindung relativ schnell passiert ist. Ein weiterer Punkt ist, da Zara genau in der Mitte des Bildes markiert worden ist und mir auch dieses Kleidungsstück (Schal) am besten gefallen hat.	ich mich richtig erinnere, ist Club Monaco noch auf dem Beitrag markiert gewesen. Da finde ich, dass die Hose gut in Szene gesetzt ist, aber mir die Hose nicht gefällt.
Proband B	Weil ich sie schon gekannt habe.	-
Proband C	Weil ich sie schon gekannt habe und sie übersichtlich markiert sind.	Weil ich einerseits die Marke schon kenne und andererseits, weil sie in der Mitte vom Bild markiert ist und mir direkt aufgefallen ist.
Proband D	-	Weil ich sie schon gekannt habe und sie relativ bekannt ist.
Proband E	-	Ehrlich gesagt, weil der Name einfacher war als die anderen. Ich habe darauf getippt und die Marken angeschaut, diese ist jedoch die einzige, welche mir hängengeblieben ist.
Proband F	-	-
Proband G	-	Weil ich Zara schon kenne und mir schon Klamotten davon gekauft habe.
Proband H	-	Weil es die einzige ist, welche ich gekannt habe.
Proband I	-	-
Proband J	Gute Frage. Zara trage ich selber auch. Ich kann mich an diese drei erinnern, da ich sie schon gekannt habe.	-

Anhang 36: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»

Tabelle 24: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»

	Grund der «Nicht Erinnerung»	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ich glaube in meinem Unterbewusstsein habe ich diese schon wahrgenommen, habe sie aber wahrscheinlich gleich wieder vergessen, da ich mir keine Kleidung von bspw. Karl Lagerfeld leisten kann. Also ich glaube das passiert im Unterbewusstsein automatisch. Ich nehme explizit wahr, wo ich sehe, dass ich da eine Chance innerhalb dieser	Ich bin mir nicht sicher ob es wirklich Club Monaco war, wahrscheinlich, weil mir die Hose nicht gefällt.

	Preisklasse habe als Student. Karl Lagerfeld ist ein Brand, den ich kenne und mir auch gefällt, aber spannend ist, dass ich es in diesem Fall automatisch wieder verdrängt habe.	
Proband B	-	Vielleicht ist es daran gelegen, dass mir das Outfit nicht sehr gefällt bzw. ich es nicht anziehen würde.
Proband C	-	-
Proband D	-	-
Proband E	Für mich war es einfach nicht sehr relevant auf dem Beitrag. Es war ein sehr schlichtes Outfit, was man auch bei H&M kaufen kann. Der Mittelpunkt des Bildes war für mich eher die Frau und der Hintergrund und nicht die Kleider.	-
Proband F	Es hat mich nicht interessiert und ich habe mich darum nicht darauf geachtet.	Weil es gleich drei Marken waren und ich noch nie von diesen gehört habe.
Proband G	Habe mich nicht darauf geachtet.	-
Proband H	Ich habe mich ehrlich gesagt nicht darauf geachtet.	-
Proband I	ich habe mich nicht darauf geachtet.	-
Proband J	Die andere Marke kenne ich nicht gut, darum konnte ich mich nicht erinnern.	Auf das habe ich mich überhaupt nicht geachtet.

Anhang 37: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Gedanken»

Tabelle 25: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Gedanken»

	Gedanken	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ich habe mir ehrlich gesagt überlegt, ob ich zu Hause auch solche weissen Schuhe habe. Ich finde auch die Hosen, welche er trägt sehr «cool» und würde sie gerne kaufen. Den Schal habe ich auch schön gefunden.	Nein.
Proband B	Dass ich sie sehr hübsch finde.	Ich finde das Outfit passt nicht zur Location. Es sieht trotzdem ein bisschen gestellt aus. Das Bild gefällt mir dennoch.
Proband C	Ich finde er ist ziemlich gut angezogen. Ich würde mich zur Arbeit auch so anziehen, wenn ich ein paar Jahre älter wäre. Ich finde	Dass dieser Beitrag anders ist wie die anderen. Er macht vielleicht schon Werbung, aber es steht nirgends. Das ist anders im

	auch die Anzughosen und die Sneakers kombiniert schön.	Gegenteil zu den vorherigen Beiträgen.
Proband D	Ich fand den Beitrag sehr schön und sympathisch. Ich habe mir auch überlegt, warum sie keine Hosen anhat – habe aber dann gesehen, dass die geschrieben hat, dass es ein Bikini ist.	Das gesamte Bild sieht sehr gut und modern aus.
Proband E	Dass es ein schönes Foto ist und nicht gestellt wirkt, da die Hände ein wenig verschwommen sind. Es ist aber trotzdem ein bisschen gestellt, da sie einen Pullover und Unterwäsche anhat. Ich denke nicht, dass sie so durch die Stadt laufen würde.	Dass es ein schönes Bild ist und sie nur schwarze Klamotten trägt. Das hat sie auch in der Bildbeschreibung erwähnt.
Proband F	Ich habe mir überlegt, dass sie hübsch ist. So ein Bild kann aber nicht jeder posten, da man sonst abgestempelt wird.	Es ist ein schöneres Bild als vorher, aber ein bisschen ein komisches Outfit für an den Strand.
Proband G	Die Klamotten haben gut ausgesehen und auch er sah gut aus. Das Foto war gut.	Das Bild war schön, auch die Klamotten finde ich schön.
Proband H	Ob mir die Kleider gefallen, welche er trägt. Wenn ich Bilder von solchen Leuten anschau, gehe ich manchmal noch auf das Profil um mir Inspiration zu holen.	Er versucht die Marken herüberzubringen und Leute zu inspirieren, indem die Kleider herausstechen.
Proband I	Das erste, was ich gedacht habe, war: Du bist auf diese Strasse gegangen, hast 30 Fotos gemacht – wenn nicht sogar mehr und hast dann das beste rausgesucht. Wahrscheinlich hat sie auch gehofft, dass sie niemand so sieht.	Zuerst habe ich mir gedacht, dass das ein spontaner Beitrag sein könnte. Sie war am Strand mit Kollegen und wollte vielleicht auf dem Weg ein schönes Foto. Wiederum denke ich immer noch, dass es geplant war und genau diese Sachen anzog, um sie zu verlinken.
Proband J	Ich muss sagen der Beitrag hat mich emotional nicht erreicht, da es nichts Spezielles ist. Man sieht solche Bilder oft.	Ich finde seinen Kleidungsstil super. Der Beitrag ist auch ohne «bezahlte Partnerschaft» und daher noch besser. Nur, dass man auf den Beitrag klicken muss, damit die Marken erscheinen. Das finde ich noch gut, da man bei Interesse simpel schauen kann, woher er die Kleidungsstücke hat. Wenn es einem nicht interessiert, sieht man es auch nicht. Er hat den Beitrag auch nicht übertrieben promotet.

Anhang 38: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»

Tabelle 26: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»

	«Like» am Beitrag	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Eigentlich alles. Ich finde es ein gelungenes Bild und hätte es auch «geliket».	Mir hat der Pullover gefallen.
Proband B	Es war nicht ein 0815 Bild und die Qualität des Bildes war sehr gut.	Der Ort und die Landschaft, welche man sieht. Das Outfit gefällt mir wie gesagt auch.
Proband C	Ich finde gut, dass er zeigt was er alles anhat und alles übersichtlich markiert hat, damit man nicht die Kleider ewig lang suchen muss. Ich finde auch gut, wenn er gleich schreibt, wann so ein Outfit passend wäre.	Finde das Bild ist allgemein gelungen und stimmig.
Proband D	Die Farben und die Person selber. Sie sieht sehr attraktiv aus auf dem Bild.	Das ganze Bild und die Szenerie.
Proband E	Es ist einfach ein schönes Foto. Sie sieht gut aus und der Hintergrund macht auch viel aus.	Ich fand das Foto schön – den Hintergrund und alles. Es ist zwar ein bisschen gestellt und nicht spontan, ich finde jedoch auch gestellte Fotos können schön aussehen.
Proband F	Es ist allgemein ein sehr schönes Bild. Alles passt zusammen.	Ihr Rock hat mir gefallen und ihre Strümpfe.
Proband G	Die Kleidung, die er anhatte. Die Schuhe waren auch gut.	Das Bild hat auf mich sehr schön gewirkt.
Proband H	Der Kleiderstil gefällt mir.	Ich finde es einen schönen Hintergrund mit einer Art Altstadt.
Proband I	Die Stimmung vom Bild mit der Sonne und der Abendstimmung. Das macht das Bild sehr schön. Mir gefällt auch die Location mit der Strasse und den Palmen.	Ich finde den Kontrast mit dem schwarzen Outfit super. Die Klamotten fallen dann sofort auf (...).
Proband J	Es war ein schlichter Beitrag. Ich finde das Bild und den Kleidungsstil allgemein schön.	Sein Kleidungsstil und das Foto allgemein.

Anhang 39: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»

Tabelle 27: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»

	«Dislike» am Beitrag	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Würde ich so nicht sagen, nein.	Weniger haben mir die Hosen gefallen.
Proband B	Nein, wenn ich ehrlich bin nicht.	Ich finde jedoch, dass das Bild nicht stimmig ist mit Outfit und Location bzw. Hintergrund.
Proband C	Nein, eigentlich nicht.	Nein.
Proband D	Nein.	Die Klamotten gefallen mir nicht sehr gut, doch zu ihr passen sie gut.
Proband E	Nein.	Nein.
Proband F	Es wirkt schon ein bisschen gestellt, aber das ist normal bei solchen Bildern.	Der Mantel.
Proband G	Eigentlich nicht, nein.	Nein.
Proband H	Nein, alles gut.	Es ist nicht so mein Kleiderstil, aber ich finde es sieht elegant aus. Der Rollkragenpullover gefällt mir nicht so.
Proband I	Sie ist sehr hübsch. Es gibt nichts auf dem Bild, was mir optisch nicht gefällt.	Die Klamotten gefallen mir nicht sehr. Ich bin schon ein Fan von schwarz aber dieser lange Mantel und die Schuhe sind nicht so meins.
Proband J	Ich finde das Hemd sollte er ein bisschen mehr zu machen. Seine Hautbräune finde ich auch ein bisschen zu dunkel.	Nein, ich finde alles gut.

Anhang 40: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»

Tabelle 28: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»

	Abkaufen des Kleidungsstils	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ja ich hätte gesagt, dass er im privaten Alltag auch so rumläuft. Er wirkt auf mich nicht verkleidet.	Ja, denn ich folge diesem Follower und finde, dass diese Klamotten seinem Stil entsprechen.
Proband B	Ja ich denke schon.	Nein, ehrlich gesagt nicht. Ich habe sie auf

		Instagram auch schon gesehen und finde, dass sie dort komplett anders angezogen war. Ich kann fast nicht glauben, dass der eigene Stil so unterschiedlich sein kann.
Proband C	Ja ich denke schon. Die Kleider passen zu ihm und er wirkt nicht verkleidet.	Ja, ich denke schon.
Proband D	Ja grundsätzlich schon	Nein, eher weniger.
Proband E	Ja, die passen zu ihr.	Ja.
Proband F	Naja, ich denke nicht, dass sie mit solch einem Outfit normalerweise herumläuft. Aber sonst steht es ihr.	Es war etwas ganz anderes als beim anderen Beitrag. Ich kaufe es ihr in diesem Sinn schon ab.
Proband G	Schwierig zu beantworten, denn ich kenne ihn ja nicht. Er sieht nicht verkleidet aus	Nein, kaufe ich ihm nicht ab. Ich habe das Gefühl er macht das um Geld zu verdienen. Ich denke er hat einen anderen Stil und macht das nur für die Werbung.
Proband H	Ja.	Ja, ich kaufe es ihm ab. Es passt zu ihm.
Proband I	Nein, denke ich nicht. Ich denke schon, dass ihr der Pullover und das Bikini gefällt, aber die Kombination finde ich sehr speziell. Influencer ziehen allgemein Outfits an, welche für ein Bild gut aussehen, aber in der realen Welt untauglich sind. Es sieht einfach auf dem Bild gut aus.	Nein, das kaufe ich ihr auf diesem Bild nicht ab, da es zu hart ist. Ich weiss nicht wer das tragen würde. Wenn ich jemanden in diesem Outfit sehen würde, fände ich es schon ein bisschen speziell.
Proband J	Ja, ich denke schon.	Ja, voll. Wenn nicht bezahlte Partnerschaft steht oder mehrere Marken auf einem Beitrag «promotet» werden, kaufe ich es ihm mehr ab. Kein Mensch zieht nur immer eine Marke auf einmal an.

Anhang 41: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»

Tabelle 29: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»

	Authentizität / Glaubwürdigkeit	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Also auf mich wirkt es sehr authentisch. Ja ich finde einfach seine Person passt zu diesem Beitrag und die ganze Erscheinung ist authentisch.	Ja, ich finde der Beitrag wirkt authentisch. Ich würde jetzt nicht sagen, dass er nicht gestellt wirkt, aber ich denke er läuft immer so rum und hat sich dementsprechend so fotografieren lassen (...). Es wirkt auf mich auf jeden Fall authentischer als der andere Beitrag.

Proband B	Er wirkt auf mich sehr echt.	Also von allen Beiträgen, welche du mir gezeigt hast, finde ich diesen am wenigsten authentisch. Genau weil nichts aufeinander abgestimmt ist und ich auch nicht glauben kann, dass sie solche Kleider am Strand trägt. Ich kann mir nicht vorstellen, dass das irgendjemand macht.
Proband C	Es kommt glaubwürdig rüber, als ob er so arbeiten gehen würde. Es wirkt auch so, als ob er von seinem Outfit überzeugt ist.	Es kommt glaubwürdig rüber. Es kommt dennoch so herüber, dass er die Kleider vermarkten will.
Proband D	Ich kauf ihr die Situation schon ab.	Das Bild wirkt echt auf mich.
Proband E	Dass es ein schönes Foto ist und nicht gestellt wirkt, da die Hände ein wenig verschwommen sind. Ich finde es kommt echt und natürlich rüber.	Für mich sieht es aus, als ob sie normal unterwegs gewesen war und dann ihrer Kollegin gesagt hat, sie solle ein Foto von ihr machen. Daher kommt der Beitrag echt und glaubwürdig rüber.
Proband F	Er hat keine grosse Wirkung auf mich. Sie steht ja nur da und lacht.	Schon glaubwürdiger, als der Andere. Wenn jemand Werbung markiert, habe ich ein anderes Gefühl. Es kann schon sein, dass es ihr gefällt aber ich finde es weniger glaubwürdig.
Proband G	Ja irgendwie schon.	Ja, es kommt eigentlich glaubwürdig rüber. Es passt irgendwie zu ihm. das ist ein bisschen kompliziert. Ich denke er macht damit Werbung. Jedoch denke ich, dass die Unternehmen darauf schauen, dass sie passende Influencer aussuchen. Er passt dazu. Ich denke aber nach wie vor, dass es nicht sein Stil ist.
Proband H	Gut, die Kleider passen auch zu ihm und es sieht seriös aus.	Schon authentisch aber trotzdem ein bisschen gestellt.
Proband I	Sie lacht und es ist ein fröhliches Bild. Man hat ja normalerweise Sympathien bzw. Antipathien für einen Influencer. Bei ihr habe ich eher Antipathien – ich kann nicht beschreiben warum. Es ist für mich eher weniger authentisch. Wahrscheinlich, weil ich wie gesagt ihr gegenüber eine gewisse Antipathie habe. Sie lebt für ihren Instagram Account und das macht für mich eine Influencerin nicht sympathisch. Sie überlegt sich wahrscheinlich sobald sie aufsteht, wo sie ein Foto machen will mit welchem Outfit. Auf Instagram muss jemand authentisch sein und seine Persönlichkeit bzw. seinen Charakter herüberbringen. Das ist heutzuta-	Dieser Beitrag wirkt weniger gut auf mich. Ich bin erstaunt, dass das die gleiche Influencerin ist. Dieses Bild ist nicht sehr authentisch.

	ge ja sehr wichtig und sie hat das meiner Meinung nach nicht.	
Proband J	Das ist für mich kein aggressiver Werbepost. Er ist recht neutral. Er wirkt schon glaubwürdig auf mich. Ich denke er trägt auch sonst solche Klamotten.	Authentischer als Beiträge mit bezahlter Partnerschaft.

Anhang 42: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»

Tabelle 30: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»

	Einstellung gegenüber der Marke	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Eigentlich ziemlich positiv. Wenn ich das nächste Mal bei Zara bin, werde ich vielleicht das Bild von (...) Magic Fox im Kopf haben. Dann würde ich wahrscheinlich nach einem Outfit suchen, dass diesem entspricht, welches ich gerade eben gesehen habe.	Positiv eigentlich.
Proband B	Eigentlich neutral.	Mir fallen sie eher negativ auf. Erstens finde ich den Mantel, welchen sie trägt, nicht schön und zweitens gefällt mir die Kombination nicht zusammen. Dieses Bild gefällt mir von allen vier am wenigsten. Dies liegt aber an der Kleidung.
Proband C	Eigentlich positiv. Ich habe selber auch Klamotten von Zara und bin zufrieden damit.	Eigentlich positiv, da ich den Pullover schön finde und er gut in Szene gesetzt worden ist.
Proband D	Einen positiven.	Sehr gut, das Bild sieht einfach schön aus und alles passt zusammen.
Proband E	Ich denke einen positiven.	Den Rock finde ich sehr schön. Die Schuhe eigentlich auch. Den Mantel finde ich nicht schön. Also die zwei Marken (RtA und Balenciaga) positiv und die andere Marke (CULTNKD) eher negativ.
Proband F	Ich wüsste nicht warum negativ. Es ist ein schönes Bild.	Ich würde nicht nachschauen, woher sie die Kleider hat. Es sind alles Kleider, welche man auch in anderen Läden in der Schweiz finden würde.
Proband G	-	Eher positiv, da die Klamotten relativ schön sind.
Proband H	-	Für mich macht es eher ein gutes Bild auf

		Zara. Der Rollkragenpullover passt zu ihm und es ist ein professionelles Bild. Daher eher positiv.
Proband I	Ich finde Brandy Melville hat allgemein sehr schöne Kleidungsstücke, aber die Marke ist eher für sehr dünne und kleine Frauen. Ich finde den Pullover auf dem Bild jedoch sehr schön. Auf dem Beitrag kommt die Marke aber nicht authentisch rüber, denn wer würde den Pullover so kombinieren. Es würde viel authentischer mit einer Jeans wirken.	Die Marken fallen auf, indem sie markiert wurden. Die Klamotten, welche sie trägt, finden sicher viele Leute toll, jedoch ich wäre dadurch ein bisschen von der Marke abgeneigt, da mir das Outfit nicht gefällt.
Proband J	Es ist mir nicht richtig aufgefallen. Also fallen sie mir nicht speziell durch den Beitrag auf.	Neutral – aber eher positiv. Wenn ich etwas sehe, was mir gefällt wirkt das logischerweise gut auf die Marke aus.

Anhang 43: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»

Tabelle 31: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»

	Einfluss auf die Marke	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ja, also es wertet Zara ein bisschen auf. Wenn ich sehe, dass so ein berühmter Blogger, dem ich folge und ich quasi als «Vorbild» sehe in punkto Mode Kleider von diesem Hersteller trägt, wirkt es auf mich so, dass ich das auch möchte. Es wertet den Brand schon ein bisschen auf.	Einen positiven Einfluss. Ich finde das Bild ist ziemlich gelungen und wenn jetzt jemand ein Produkt schön findet, wird er sicher das Produkt suchen.
Proband B	Ich denke, dass durch den Beitrag die Marke an Popularität gewinnt und vielleicht das Produkt mehr gekauft wird.	-
Proband C	Ich denke einen positiven Einfluss. Er hat es gut verkörpert und erreicht damit sicherlich, dass seine Follower sich auch so kleiden und diese Klamotten kaufen.	Ich denke, dass die Leute, welchen der Pullover gefällt, auf die Zara Seite gehen und ihn dann suchen werden.
Proband D	Ich finde das Bild ist sehr gelungen und daher rückt auch die Marke auf dem Bild in ein gutes Licht – auch wenn ich mir die Marke nicht merken konnte. Wäre der Pullover ein bisschen spezieller gewesen, hätte ich mich vielleicht über das Produkt informiert.	-
Proband E	Ich denke einen positiven. Den Followern,	Einen positiven. Ich denke den Leuten, wel-

	welchen der Pullover gefällt werden sicher auf die Seite dieser Marke gehen. Vielleicht werden sie nicht genau den Pullover kaufen wollen, aber sie lassen sich sicher auf der Seite inspirieren.	chen die Klamotten gefallen, werden auf die Seite gehen und sich darüber informieren.
Proband F	Ich denke sie hat viele Followers und daher denke ich, dass viele Leute auf die Seite der Marke gehen und sich die Kleider anschauen. Je nachdem wie interessiert die Person ist.	Durch das sie drei verschiedene Marken anhat würde ich sagen nicht einen sehr positiven. Ich würde eher ein Kleidungsstück nehmen, dass heraussticht.
Proband G	Es gehen sicher ein paar Leute auf diese Marke und schauen sich diese Seite kurz an.	Ich denke auch wieder um Werbung zu machen. Und auch damit die Leute auf die Marke gehen – daher sind auch die Marken markiert.
Proband H	Ich sehe er hat viele Followers und daher ist es gut für die Unternehmen, da den Beitrag viele Leute sehen. Wenn jemandem etwas auf dem Beitrag gefällt, geht diese Person sicher auf die Seite und sucht nach weiteren Sachen.	Ich denke die Leute, welche durch diesen Kleidungsstil angesprochen werden, werden auch auf die Seite gehen und sich über diesen Kleidungsstil informieren.
Proband I	Ich denke es macht sehr viel aus. Alle ihre Fans werden den Pullover wahrscheinlich kaufen gehen. Vielleicht hat sie sogar noch einen Rabattcode mit dem man den Pullover billiger bekommt. Ich denke die Firma ist das ein sehr gutes Geschäft – vor allem mit jemandem der so bekannt ist.	Es wird nicht entscheidend sein für die Firma denke ich. Es ist einfach «nice to have», aber nicht, dass dieser Beitrag den Umsatz ausmacht. Ich bin mir jedoch nicht sicher, ob sie für den Beitrag Geld oder die Kleider erhalten hat. Aber nur schon, wenn ein paar hunderttausend Leute diesen Beitrag mit der Marke sehen ist das gut für eine Firma.
Proband J	Der Einfluss ist sicher nicht schlecht, da die Leute auf die Marken bzw. auf das Hotel klicken und sich informieren.	Es gibt sicher viele Leute, welche diese Sachen nachkaufen werden, da sie ihnen gefallen. Vielleicht sehe ich ja den Pullover einmal bei Zara und kaufe ihn mir dann.

Anhang 44: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»

Tabelle 32: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»

	Reaktion auf den Beitrag	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ich würde ihn liken.	Ich würde den Beitrag liken und mich über die Produkte informieren.
Proband B	Ich würde ihn liken.	Ich würde ihn kurz anschauen, aber dann weiter scrollen.

Proband C	Ich würde ihn mir genau anschauen und mich vielleicht informieren woher die Klamotten sind. Nicht liken.	Ich würde ihn wahrscheinlich nur anschauen und dann weiter scrollen.
Proband D	Ich würde ihn wahrscheinlich liken.	Falls es mein Kleidungsstil wäre würde ich die Sachen suchen und vielleicht mal anprobieren.
Proband E	Ich würde ihn liken.	Ich würde vielleicht auf die Seite vom Rock gehen. Mehr aber nicht. Liken
Proband F	Ich würde nicht gross darauf reagieren. Vielleicht würde ich den Beitrag liken.	Ich würde ihn wahrscheinlich schon liken.
Proband G	Ich würde es liken, weil es mir gefällt. Auch den Hintergrund finde ich schön. Auch die Kleider und die Schuhe sehen gut aus. Ich würde es sicher liken und wenn ich die Marken gesehen hätte, wäre ich auf die Seiten gegangen und hätte diese angeschaut.	Ich würde auf die Zara Seite gehen. Ich würde allgemein schauen, was Zara Neues hat.
Proband H	Ich würde auf die Seite gehen und mich über die Produkte informieren, da mir das Outfit gefällt.	Nicht gross, da es nicht mein Kleidungsstil ist. Ich würde einfach weiter scrollen.
Proband I	Ich würde durchscrollen und denken schönes Bild, schöne Frau, schöne Haare. That's it. Ich würde nicht denken: Wow, hammer.	Ich würde ihn kurz anschauen, aber dann weiter scrollen.
Proband J	Ich würde wahrscheinlich auf die Marke Selected klicken, da ich diese noch nicht richtig kenne, um zu sehen was die Marke für Klamotten hat.	Wenn eine Marke darauf ist, welche ich nicht kenne – zum Beispiel Club Monaco oder Graf Lantz – würde ich einmal auf die Seite gehen und schauen, was das für eine Marke ist. Wenn diese Seiten coole Sachen haben, würde ich dann der Seite folgen.

Anhang 45: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»

Tabelle 33: Unbezahlte Beiträge (1) und (4) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»

	Absicht etwas zu erwerben	
	Unbezahlter Influencer Beitrag (1)	Unbezahlter Influencer Beitrag (4)
Proband A	Ja ich würde wahrscheinlich das ganze Outfit so nachkaufen. Ja genau. Ich habe mir vorher auch überlegt, ob ich solche Schuhe schon habe oder nicht. Mir ist dann automatisch eingefallen, dass ich auch solche ähnlichen Schuhe habe und ich sie eigentlich nur noch mit den Hosen kombinieren müsste,	Ja. Ich würde wahrscheinlich den Pullover kaufen (...). Den Rucksack sehe ich leider nicht gut, weil er nicht gut in Szene gesetzt worden ist.

	welche er trägt (...). Die Elemente, welche mir fehlen, würde ich kaufen (...).	
Proband B	Nein, eher nicht. Es war ja nur ein schlichter, weisser Pullover – also eher nicht.	Nein.
Proband C	Ja, das Hemd und den Schal sicher. Die Schuhe sehe ich nicht ganz, aber die gefallen mir auch. Über die Hose müsste ich mich noch informieren.	Ich würde vielleicht den Pullover bestellen und ihn anprobieren, ob er mir steht. Die Hosen würde ich nicht bestellen – die gefallen mir nicht.
Proband D	Nein, ich denke jetzt nicht: Das muss ich haben.	Ich denke aber die Klamotten sind zu teuer für mich.
Proband E	Nein, ehrlich gesagt nicht. Das Outfit ist einfach zu schlicht bzw. zu langweilig.	Ja, der Rock gefällt mir schon sehr gut.
Proband F	Nein, es ist ein weisser normaler Pullover, den ich auch im H&M kaufen könnte.	Nein, eher nicht. Es sind sehr spezielle Sachen.
Proband G	Ich würde zuerst mal schauen wie teuer das ist. Wenn es mir wirklich gefallen würde, würde ich es schon kaufen.	Nein.
Proband H	Ja die Jacke vielleicht oder das Hemd.	Vielleicht seine Uhr (lacht).
Proband I	Nein, ich würde vielleicht auf den Link von Brandy Melville klicken und die Kleider anschauen. Aufgrund des Beitrages würde ich aber nichts kaufen wollen.	Nein, würde ich nicht.
Proband J	Nein, ich mache das normalerweise nicht so. Ich sammle eher Ideen um mich zu inspirieren, aber ich kaufe nicht die genau gleichen Sachen. Mehr damit ich in den Läden mich zurück erinnere und es ähnlich kaufen und kombinieren kann.	Gezielt nicht. Der Beitrag dient wie gesagt vorerst nur als Inspiration.

Anhang 46: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»

Tabelle 34: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Beschreibung des Beitrages»

	Beschreibung des Beitrages	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Jetzt fällt mir sehr die Stadt im Hintergrund auf, Urban Lifestyle. Mit dem kann ich mich auch identifizieren, casual, urban und das Stadtleben. Wiederum sehe ich ihn, wie er in dieser Stadt ein Statement setzt mit seiner Mode. Wie der Mann die Strasse überquert.	Ich habe eine Brücke gesehen und ihn, wie er sich und sein Outfit präsentiert. Auch hier ist mir der Hintergrund wieder aufgefallen. Die Inszenierung vom ganzen Foto. Er befindet sich ja gerade auf einem Stein am See.

Proband B	Die Qualität des Bildes war wieder sehr gut. Sie ist auf diesem Beitrag eher sportlich angezogen.	Sie ist wahrscheinlich in einer Grossstadt und sehr gut angezogen. Im Hintergrund sehe ich Taxis. Sie trägt noch eine Designer-tasche.
Proband C	Ich sehe gleich oben am Beitrag, dass da «bezahlte Partnerschaft» steht und dass er in New York ist. Er hat noch geschrieben, was sie gemacht haben und dass er die Jacke liebt.	Auch hier sehe ich, dass eine bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss entstanden ist. Ich sehe auch, dass das Bild in New York gemacht wurde. Auf diesem Beitrag hat er zusätzlich noch den Fotografen markiert, vielleicht auch um für ihn zu werben. Ob er dafür bezahlt wird oder ob es nur Kollegen sind, weiss ich nicht. Ich finde die Klamotten und die Schuhe wurden gut in Szene gesetzt. Man sieht, dass da wirklich ein Fotoshooting stattgefunden hat, um dieses Bild zu schiessen.
Proband D	Sie sitzt auf einem Auto und ist relativ dunkel gekleidet. Die Schuhe stechen auf dem Bild heraus. Sie hat wie vorher blonde, lange Haare.	Sie hatte orange und weisse Klamotten angehabt. Im Hintergrund hatte es ein Taxi. Sie trug noch eine Sonnenbrille. Für mich sah es wie ein Alltagsbild aus.
Proband E	Eine Frau auf einem Auto auf dem sie ihre Schuhe präsentiert. Oben am Bild steht «bezahlte Partnerschaft mit Puma».	Eine Frau, welche am Rennen ist und ein Taxi im Hintergrund. Sie trägt eine Sonnenbrille und ist weiss-orange gekleidet. Es ist wieder eine bezahlte Partnerschaft mit Tory Burch.
Proband F	Sie hockt auf einem Auto und es sieht sehr unnatürlich aus. Sie trägt schwarze Sportkleidung und schöne rosa Schuhe von Puma. Sie hat Selena Gomez in der Bildbeschreibung erwähnt.	Sie hatte orange-weisse Kleider an und oben am Bild stand «bezahlte Partnerschaft mit». Die Marke habe ich schon wieder vergessen. In der Bildbeschreibung hat sie geschrieben, dass sie komplett mit dieser Marke gekleidet ist. Es ist offensichtlich Werbung gewesen.
Proband G	Ich habe oben am Beitrag gesehen, dass es eine bezahlte Partnerschaft ist. Dieser Beitrag hatte weniger Likes als der vorherige.	Es ist eine Partnerschaft mit Hugo Boss. Der Beitrag wirkt auf mich inszeniert – man hat das Foto mit Absicht gemacht. Es ist kein Schnappschuss oder so. Das Bild ist schön und ich hätte es geliket. Der Kleidungsstil gefällt mir auch.
Proband H	Wie es aussieht hat er Werbung für Prada gemacht und ist dafür nach New York.	Wieder ein Model, dass Kleider vermarkten will. Er hat sich gut in Szene gesetzt, der Hintergrund passt auch sehr schön mit der Brücke. Es ist nicht nur eine Wand im Hintergrund, sondern eine schöne Brücke. Die ganze Inszenierung des Bildes ist gelungen. Wenn man durch Instagram scrollt bleibt, man hier sicher hängen, da es ein qualitativ gutes Bild ist.

Proband I	Sie sitzt auf einem schwarzen, schönen Auto. Es hat ein Haus im Hintergrund mit schönen Backsteinen – wie in England. Sie macht Werbung für Puma und ist komplett in Puma gekleidet.	Sie lacht und ist sehr modisch angezogen. Sie ist in New York und steht vor einem Taxi. Sie war sehr modern angezogen mit der offenen Hose und der Sonnenbrille. Das Outfit war weiss-organe und im Hintergrund war ein gelbes Taxi und eine Strasse.
Proband J	Einen Mann in New York, welcher eine Strasse überquert. Er trägt eine beige Jacke und Jeans. Er hat in der Bildbeschreibung geschrieben «I'm so in love with this jacket» und wenn das in der Kombination mit der bezahlten Partnerschaft steht, kann ich es nicht ernst nehmen. Die Authentizität ist dann nicht mehr gegeben, da er nichts Schlechtes über das Produkt bzw. die Marke schreiben kann. Für mich sind Influencer nur von Nutzen, wenn sie ohne Einfluss von Marken die Klamotten bewertet – zum Beispiel, wenn er dann Infos über die Qualität abgibt. Die Influencer sind ja abhängig vom Geld der Unternehmen und daher müssen sie ja etwas Gutes über die Marken schreiben. Darum kann ich es nicht ernst nehmen.	Die Brooklyn Bridge im Hintergrund. Er trägt einen Schal, einen Mantel und Boots. In der Hand hält er einen Smoothie.

Anhang 47: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»

Tabelle 35: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund für das Teilen des Beitrages»

	Grund für das Teilen des Beitrages	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Ich glaube hier geht es eher um die Vermittlung seines Lifestyles. Er kann damit auf seine Person aufmerksam machen und gleichzeitig für ein Label werben. Vielleicht nicht mit einem spezifischen Produkt, aber mit dem Label und dem damit verbundenen Lifestyle.	Ich glaube, das ist eindeutig eine bezahlte Partnerschaft. Es ist keine Alltagssituation, welche da abgelichtet wurde. Er befindet sich auf einem Stein direkt am Wasser und ich denke er musste extra dahinklettern. Es wirkt einfach nicht authentisch auf mich. Daher gehe ich davon aus, dass dies eine bezahlte Partnerschaft ist. Ja es ist so, dass gewisse Blogger quasi ihre Beiträge als bezahlte Partnerschaften markieren. Man kennt es auch aus den News, da es lange debattiert wurde, ob sie dies dürfen, ob solche Partnerschaften erlaubt sind und ob sie diese angeben müssen oder nicht. Ich glaube, dass er dafür Geld erhalten hat. Das ist ja

		so ein bisschen ihr Business. Sie gehen mit Marken Partnerschaften ein und teilen dann immer wieder ein Foto. Ich glaube schon, dass das einfach eine Partnerschaft ist, welche bezahlt ist. Die Gegenpartei wollte wahrscheinlich, dass er einen Lifestyle vermittelt. Dies ist aber nicht so gelungen meiner Meinung nach.
Proband B	Ich nehme an wegen der Marke Puma, weil diese markiert ist (...). Eigentlich um die Marke zu präsentieren.	Oben steht «bezahlte Partnerschaft». Ich nehme an es ist wieder eine Kooperation. Vielleicht hat sie aber auch die Tasche von der Designerin geschenkt bekommen. Das Bild ist auch allgemein sehr cool.
Proband C	Ich denke das war wie ein Auftrag von Prada mit einem Shooting. Er hat dann wahrscheinlich Geld bekommen, dass er dieses Bild postet.	Ich denke er arbeitet für Hugo Boss und hatte darum ein Shooting. Er hat dann den Beitrag gepostet um Geld zu verdienen.
Proband D	Wegen den Schuhen. Sie hat den Link von Zalando vermerkt, wo man die Schuhe kaufen kann. Ich denke sie bekommt Geld, wenn die Leute darüber die Schuhe kaufen.	Sie hat in der Bildbeschreibung geschrieben, dass sie komplett in Tory Burch gekleidet ist. Daher denke ich, dass der Beitrag gepostet wurde um Werbung zu machen.
Proband E	Sie bekommt sicher Geld dafür. Es steht ja auch bezahlte Partnerschaft. Daher denke ich sie bekommt Geld dafür, dass sie diese Schuhe anhat, ein Foto macht und es auf Instagram lädt mit der Markierung von Puma.	Ich denke, weil sie Geld dafür bekommt, aber auch weil ich denke, dass ihr die Kleider gefallen.
Proband F	Für Werbung, damit sie Geld verdienen kann.	Ich nehme mal an, sie hat den Beitrag gepostet um Geld zu verdienen.
Proband G	Ich denke um Werbung für Prada zu machen.	Er macht Werbung für Boss. Vielleicht arbeitet er für Boss oder wurde angefragt.
Proband H	So wie es aussieht macht er wie gesagt Werbung für Prada und verdient damit Geld. Weil er es markiert hat und in der Bildbeschreibung geschrieben hat, dass die Jacke von Prada ist.	Er hat einen guten Standort mit der Brücke gewählt und daher bleibt man bei diesem Beitrag sicher schnell hängen. Er präsentiert aber auch für Hugo Boss die Marke. Weil er es markiert hat mit bezahlter Partnerschaft und noch in der Beschreibung.
Proband I	Ich denke sie hat sehr viel Geld für den Beitrag bekommen. Sie wird wohl von solchen Werbeposts leben. Es ist auch angeschrieben mit «bezahlte Partnerschaft mit Puma». Deswegen ist es sicher ein Beitrag, an dem sie viel verdient und die neue Puma Kollektion vermarktet.	Es ist wieder in einer Kooperation mit einer Unternehmung und ich denke sie wird damit ihren nächsten Lohn verdienen.
Proband J	Um Geld von Prada zu bekommen.	Um Geld und Likes zu bekommen.

Anhang 48: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»

Tabelle 36: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Erinnerung der Marken»

	Erinnerung der Marken	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Ich glaube es kam Prada vor.	Ja, das war Hugo Boss.
Proband B	Ja, es war Puma darauf.	Tory Burch.
Proband C	Ja Prada.	Ja, Hugo Boss.
Proband D	Puma.	Ja, Tory Burch.
Proband E	Puma.	Ja, Tory Burch.
Proband F	Puma.	Nein
Proband G	Ja, Prada.	Ja, Hugo Boss.
Proband H	Prada.	Hugo Boss.
Proband I	Ja, es war nur Puma.	Ja, Tony Bruch.
Proband J	Prada	Hugo Boss.

Anhang 49: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»

Tabelle 37: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Erinnerung»

	Grund der Erinnerung	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Weil ich sie schon gekannt habe.	Einerseits, weil es sehr in Szene gesetzt worden ist. Es ist mir gleich aufgefallen, weil das ganze Bild auf mich sehr inszeniert wirkt. Auch wenn ich auf die Markierung klicke, werde ich gleich auf die Seite von Hugo Boss geleitet. Oben am Bild sieht man ebenfalls «bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss». Eindeutiger geht es fast nicht mehr.
Proband B	Weil ich sie schon gekannt habe, aber auch weil sie gut in Szene gesetzt worden ist.	Hier eher, weil sie gut in Szene gesetzt worden ist. Die Tasche ist mir gleich aufgefallen.
Proband C	Ich denke, weil ich Prada schon kannte.	Weil ich die Marke schon gekannt habe.
Proband D	Weil ich die Marke schon kenne, aber auch weil ich es direkt in der bezahlten Partnerschaft gesehen habe.	Die Marke kommt mir jetzt nicht wirklich bekannt vor, aber ich finde auf dem Beitrag sieht man gleich, um welche Marke es geht in sie steht auch im Zentrum des Beitrages.

Proband E	Weil ich sie kenne und sie sehr bekannt ist.	Weil sie gut in Szene gesetzt worden ist. Weil es oben am Bild auf den ersten Blick ersichtlich ist.
Proband F	Weil ich es gleich auf den ersten Blick auf dem Beitrag gesehen habe und Puma auch sehr bekannt ist.	-
Proband G	Prada kenne ich bereits.	Weil ich die Marke schon kenne.
Proband H	Weil die Marke sehr bekannt ist und es auch zweimal markiert ist.	Weil ich die Marke schon gekannt habe und weil sie mir gefällt. Aber auch da sie überall markiert worden ist.
Proband I	Weil ich mir die neue Kollektion auch schon angeschaut habe und sie mir sehr gefällt, aber auch durch Selena Gomez, da sie auch schon für die neue Kollektion geworben hat.	Ich habe mir den Beitrag angeschaut und mir gedacht: Was ist das für eine Marke? Ich habe noch nie davon gehört. Vom Namen her habe ich sie nicht gekannt. Die Marke steht im Zentrum mit der Tasche und der Hose.
Proband J	Weil ich sie kenne und weil es offensichtlich gestanden ist durch «bezahlte Partnerschaft mit Prada».	Weil ich sie schon kenne.

Anhang 50: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»

Tabelle 38: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Grund der Nicht Erinnerung»

	Grund der «Nicht Erinnerung»	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	-	-
Proband B	-	-
Proband C	-	-
Proband D	-	-
Proband E	-	-
Proband F	-	Ich habe sie nicht gekannt und konnte sie mir daher auch nicht merken.
Proband G	-	-
Proband H	-	-
Proband I	-	-
Proband J	-	-

Anhang 51: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Gedanken»

Tabelle 39: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Gedanken»

	Gedanken	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Ich finde es ein gelungenes Foto.	Dass er schöne Klamotten anhat. Ich gehe davon aus, dass das Foto so gewollt ist, weil es nicht wie eine Alltagssituation auf mir wirkt. Es sieht für mich gestellt aus.
Proband B	Der Beitrag wirkt ein bisschen luxuriös, da sie auf einem Auto sitzt.	Wie gesagt, dass sie sehr gut angezogen ist und dass mir die Klamotten sehr gut gefallen haben.
Proband C	Dass es die gleiche Person wie vorher ist, aber er darauf einen ganz anderen Kleidungsstil trägt mit Jeans. Wenn man die beiden Beiträge vergleicht, hat er wahrscheinlich auf einem Beitrag etwas an, was er sonst nicht immer trägt.	Eigentlich nicht wirklich viel. Er sitzt vermutlich normalerweise nicht einfach so auf diesem Stein.
Proband D	Das Bild ist ein bisschen gestellt finde ich. Sie hat geschrieben «casually chilling on my car», aber das macht man ja normalerweise nicht. Oben am Beitrag steht noch «bezahlte Partnerschaft mit Puma», daher sehe ich, dass es Werbung ist.	Nicht sehr viel. Nur, dass ich im Alltag nicht so rumlaufen würde.
Proband E	Dass die Schuhe im Fokus sind.	In der Bildbeschreibung stand so etwas wie «me caught running», was ich ihr aber überhaupt nicht abkaufe. Das Foto ist bestimmt nicht spontan entstanden.
Proband F	Es ist offensichtlich Werbung gewesen. Die Schuhe finde ich sehr schön. Ich hätte mich schon informiert woher sie diese hat.	Ich nehme mal an, sie hat den Beitrag gepostet um Geld zu verdienen. Dabei hat sie den Beitrag noch schön in Szene gesetzt.
Proband G	Es ist sicher ein gewolltes Bild, um Werbung zu machen. Wenn ich es mit dem vorherigen Beitrag vergleiche, finde ich den ersten Beitrag besser. Die Klamotten haben mir beim anderen Beitrag besser gefallen. Mir gefallen die Klamotten auf diesem Beitrag nicht.	Sicher, dass der Beitrag inszeniert ist.
Proband H	Ich habe mich darauf geachtet, was er anhat und ob es mir auch gefällt.	Mich nimmt es erstmal wunder, wo er überhaupt ist. Der Style hat mich auch interessiert.
Proband I	Ich finde es ein cooles Bild. Die Zusammensetzung des Bildes finde ich sehr stimmig. Ich denke die wissen genau, wie sie sich	Als erstes habe ich gedacht, dass das Bild sehr harmonisch aussieht. Es ist alles aufeinander abgestimmt. Ich denke sie weiss was

	fotografieren müssen. Die Schuhe kommen sehr gut zum Vorschein auf dem Bild.	sie macht. Es war ein sehr stimmiges Bild.
Proband J	Als ich die bezahlte Partnerschaft gesehen habe, stemple ich solche Beiträge immer gleich ab. Dann weiss ich sofort, dass er bezahlt ist.	Seinen Style gefällt mir sehr gut. Das Foto ist allgemein gelungen. Es ist jedoch eine bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss. Die bezahlte Partnerschaft ändert jedoch nichts daran, dass das Bild sehr schön ist. Für mich macht es einfach einen schlechten Einfluss auf den Influencer, da ich weiss, dass er Geld dafür bekommt. Das nimmt jedoch keinen Einfluss auf die Marke. Wenn mir dir Kleider gefallen, gefallen sie mir einfach.

Anhang 52: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»

Tabelle 40: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Like am Beitrag»

	«Like» am Beitrag	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Dieses Mal hat mir die Stadt im Hintergrund gefallen	Gefallen hat mir.... Ich weiss nicht.
Proband B	Sie ist cool angezogen und die Qualität des Bildes.	Die Farben, welche sehr gut miteinander spielen. Dabei kommt sie auch sehr zur Geltung. Das Bild wirkt dadurch interessant und man schaut sich gleich das Outfit an.
Proband C	Ich finde gut, dass er sagt, wo man die Jacke kaufen kann.	Ich finde den Beitrag gut gemacht mit dem Hintergrund und allem. Das gefällt mir.
Proband D	Ich finde das ganze Bild schön und stimmig.	-
Proband E	Keine Ahnung. Für mich ist das ein typischer Werbepost. Es ist ein schönes Foto, aber es ist ein typischer Werbepost.	Hätte ich nur das Bild gesehen, ohne die Bildbeschreibung, hätte mir der Beitrag gefallen und es hätte auch spontan auf mich gewirkt. Aber mit der Bildbeschreibung kaufe ich es ihr überhaupt nicht ab.
Proband F	Es ist ein schönes Bild und die Schuhe haben mir auch gut gefallen. Sie selber ist auch hübsch.	Es ist ein gutes Foto, mehr eigentlich nicht.
Proband G	Ehrlich gesagt nichts.	Es ist ein schönes Bild, der Hintergrund ist schön mit der Brücke. Auch die Klamotten gefallen mir.
Proband H	Nichts spezielles. Die Idee mit dem Hintergrund in New York hat mir gefallen.	Ich finde es ein gutes Foto mit der Idee auf dem Stein vor dieser Brücke.
Proband I	Die Perspektive vom Bild. Sie ist scharf auf dem Bild und das Auto auch, wiederum ist	Es hat mir gefallen, dass sie gelacht hat. Es kommt dann gleich ein bisschen natürlicher

	der Hintergrund verschwommen. Das gefällt mir sehr.	und authentischer rüber. Am besten gefällt mir, dass die Farben so gut aufeinander abgestimmt waren. Das macht sehr viel aus.
Proband J	Die Perspektive. Das Foto hat mir gefallen von der Perspektive und mit der Stadt im Hintergrund.	Gefallen hat mir das Outfit und das Foto allgemein. Ich finde hier auch gut, dass er es in der Bildbeschreibung nicht übertreibt. Er schreibt nur «bundled in Boss», was ich besser als beim anderen Beitrag finde.

Anhang 53: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»

Tabelle 41: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Dislike am Beitrag»

	«Dislike» am Beitrag	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Die Klamotten die er trug eher nicht so.	Das Outfit entspricht nicht meinem Geschmack. Darum würde ich bei diesem Beitrag einfach weiter scrollen.
Proband B	Eigentlich nicht, aber so als «Normalo» hätte man das auch gerne. Im Sinne von Eifersucht. Man hätte auch gerne so ein Leben.	Nein.
Proband C	Jedoch wo man die Schuhe oder die Hose herbekommt weiss man jetzt hier nicht genau.	Nein.
Proband D	Nur, dass das Bild gestellt wirkt. Sonst gefällt es mir.	-
Proband E	Nein.	Bildbeschreibung
Proband F	Es war ein gestelltes Bild, das stört mich aber nicht.	Es ist schon ein bisschen zu viel Werbung. Es ist oben am Bild markiert, auf dem Bild selber und in der Bildbeschreibung wieder.
Proband G	Alles	Nein.
Proband H	Nein.	Ich finde es wirklich ein gutes Bild.
Proband I	Nein.	Die Brille gefällt mir nicht sehr gut. Beim Rest habe ich nichts auszusetzen.
Proband J	Die bezahlte Partnerschaft.	Nein.

Anhang 54: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»

Tabelle 42: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Abkaufen des Kleidungsstils»

	Abkaufen des Kleidungsstils	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Ja. Also ich glaub der Stil einer Person variiert von Situation zu Situation. Beim anderen Bild war er vor einem Business Hotel und das kam mir dann ein bisschen mehr Business mässig vor. Auf diesem Bild wirkt es für mich mehr freizeitlich (...).	Nein, ich finde nicht. Ich kaufe es ihm nicht ab, weil die Kleider auf mich neu und ungetragen wirken. Es wirkt einfach auf mich wie ein Foto in einem Katalog, mit welchem man Werbung macht (...). Es wirkt auf mich auch nicht so, als ob er sich in den Klamotten wohl fühlt. Vielleicht irre ich mir aber auch.
Proband B	Ja, sie sieht sportlich aus und darum nehme ich an, dass die Klamotten auch auf ihrem Stil beruhen.	Ich finde die Kleider sind wirklich sehr schön, aber ich denke sie sind nicht sehr Alltagstauglich. Ich denke nicht, dass sie im Alltag mit solch speziellen Kleider auf der Strasse herumläuft. Es wirkt nicht verkleidet, aber ich kaufe es ihr auch nicht hundert Prozent ab.
Proband C	Ist schwer zu sagen. Diese eher nicht im Gegenteil zum anderen Beitrag, da es ein Fotoshooting von Prada war und sie ihm die Klamotten vorgegeben haben.	Ich denke nicht. Ich vermute er hat die Klamotten von Hugo Boss bekommen und mit diesen ein Foto gepostet, um dadurch Werbung für das Unternehmen zu machen.
Proband D	Ja das glaube ich schon. Es passt zu ihr.	Ja, es passt zu ihr.
Proband E	Ja, ich finde es passt zu ihr und sie wirkt nicht verkleidet oder so.	ich denke, dass ihr die Kleider gefallen.
Proband F	Ich denke schon, da die Schuhe schön sind (...). Allgemein das Outfit sieht gut aus.	Ich weiss nicht was sie sonst anhat. Aber ich denke eher nicht.
Proband G	Ich weiss nicht.	Nein, nicht unbedingt.
Proband H	Ja, ich denke schon.	Ja, auch vom Haarschnitt her und wie er allgemein aussieht passt es.
Proband I	Ich glaube Puma ist etwas Allgemeines, was jeder tragen kann. Ich kann mir gut vorstellen, dass sie das auch in der Freizeit trägt. Sportkleider sind nichts Spezielles.	Ja, ehrlich gesagt kaufe ich es ihr bei diesem Beitrag ab. Ich kann nicht sagen warum, wahrscheinlich verkörpert sie es gut. Es sind sehr spezielle Sachen, welche nicht jeder anziehen würde. Ich finde allgemein haben Influencer einen anderen Kleidungsstil und sind dadurch auch Influencer geworden, da sie sich etwas getrauen.
Proband J	Nein (lacht). Es kann schon sein, dass er es nicht schlecht findet. Aber wenn steht «I'm	Ja, das könnte schon sein, auch wenn er bezahlt wird.

	so in love» ist der Zug bei mir schon abgefahren.	
--	---	--

Anhang 55: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»

Tabelle 43: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Authentizität / Glaubwürdigkeit»

	Authentizität / Glaubwürdigkeit	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Ja eigentlich schon authentisch.	Wie schon gesagt, meiner Meinung nach ist es nicht sehr authentisch. Es ist nicht so, dass es ein Bild ist, welches ich noch nie gesehen habe, aber es gibt mir nicht das Gefühl, dass es mir passen würde.
Proband B	Nicht sehr. Es ist alles sehr gestellt und inszeniert. Ich finde man merkt, dass sie vor allem die Schuhe in den Vordergrund stellen will.	Grundsätzlich schon gut, bis auf das ich ihr nicht ganz abkaufe, dass sie immer so rumläuft.
Proband C	Es kommt schon glaubwürdig rüber, aber nicht so sehr wie der andere Beitrag. Er hat ja in der Bildbeschreibung geschrieben «so in love with this Prada jacket». Das wirkt auf mich übertrieben und gestellt.	Ich finde die Klamotten passen gut zu ihm und dadurch kommt es glaubwürdig rüber.
Proband D	Nicht sehr gut, weil das Bild auf mich gestellt wirkt.	Ich kaufe es ihr ab, auch wenn es wie ein Shooting aussieht.
Proband E	Nicht sehr authentisch. Sie hat in der Bildbeschreibung geschrieben «chilling on my car», ich denke zwar, dass dies ironisch gemeint ist. Nichtsdestotrotz wirkt das Bild sehr gestellt auf mich.	Nicht sehr glaubwürdig. Ich finde Influencer können dazu stehen, wenn ein Bild nicht spontan entstanden ist. Wenn sie dann in der Bildbeschreibung schreibt, als ob das Bild spontan entstanden ist, wirkt es auf mich unsympathisch. Sie sollte lieber schreiben etwas Normales über die Marke oder ähnliches schreiben.
Proband F	Die Schuhe sind schön und gefallen ihr sicherlich auch, aber ich glaube, dass sie den Beitrag nur wegen der Werbung gepostet hat. Es wirkt nicht sehr glaubwürdig der Beitrag.	Es ist zu viel Werbung und der Beitrag wirkt gestellt. Vielleicht weil es mir nicht gefällt. Es ist einfach zu viel Werbung, wenn es überall steht auf einem Beitrag.
Proband G	Naja, es wirkt mehr gestellt.	Ich kaufe ihm den Beitrag nicht wirklich ab. Ihm stehen die Klamotten schon, jedoch ist der Beitrag sehr gestellt.
Proband H	Nein, nicht sehr. Ich finde den Beitrag sehr	Der Beitrag wirkt gut auf mich. Es sieht

	gespielt. Wenn ich ihn sehen würde, dann würde ich den Beitrag nicht lange anschauen.	professionell aus und der Kleiderstil ist auch schön.
Proband I	Ich finde es ein sehr cooles Bild, jedoch gibt es keine Verbindung zu Sport. Ich finde das Bild hätte besser auf einem Basketballplatz geschossen werden sollen. Es hat Null Bezug zu einer Sportmarke. Ich kaufe es ihr nicht ganz ab. Es ist einfach ein Beitrag an welchem sie Geld verdient. Daher kaufe ich es ihr nicht ab und es wirkt auch nicht authentisch.	Positiv, es hat nichts was mir nicht gefällt oder nicht authentisch wirkt.
Proband J	Gar nicht gut. Die bezahlte Partnerschaft versaut es bei mir.	Meiner Meinung nach sollten die Modemarken solche Beiträge selber auf ihrem Konto posten. Da der Beitrag bezahlt wird, hat der Beitrag auf mich eine weniger hohe Authentizität.

Anhang 56: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»

Tabelle 44: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einstellung gegenüber der Marke»

	Einstellung gegenüber der Marke	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Ich würde sagen von neutral bis positiv. (...) Prada steht für mich für Grossstadt und ich denke er ist auf dem Bild irgendwo in Amerika. Es symbolisiert für mich diesen Lifestyle in einer Modemetropole. Ich bin eigentlich schon eher positiv überrascht von diesem Beitrag.	Auf mich wirkt die Marke dadurch ein bisschen negativ.
Proband B	Sie ist mir sehr neutral aufgefallen.	Eher positiv. Die Klamotten sind sehr gut kombiniert. Ich bin zwar kein Fan von Orange, aber hier drauf ist alles sehr gut abgestimmt.
Proband C	Eigentlich beeinflusst es mich nicht sehr. Darum finde ich es neutral.	Ich finde eher positiv, da man sieht, dass Hugo Boss nicht nur Anzüge verkauft, sondern auch solche alltagstauglichen Klamotten.
Proband D	Ich finde positiv. Es gibt eigentlich nichts Negatives daran.	Eigentlich relativ gut. Es gab nichts Negatives am Beitrag.
Proband E	Eigentlich positiv. Ich finde die Schuhe schön.	Eigentlich auch positiv. Für mich ist es normal, wenn Unternehmen auf diese Art Wer-

		bung machen. Ich sehe hier nichts Negatives daran.
Proband F	Sehr gut, da die Schuhe schön sind.	Sie hat sicher alles versucht, damit einem die Marke auffällt. Mir persönlich gefällt es aber nicht.
Proband G	Eher negativ, da mir die Klamotten nicht sehr gefallen.	Eher positiv. Ich finde die Marke toll und ich habe auch selber ein paar Sachen davon. Hier auf dem Beitrag sind die Klamotten auch schön.
Proband H	Ich habe eigentlich keine positive oder negative Meinung durch den Beitrag. Ich denke nur, Prada ist normalerweise ein bisschen glamouröser.	Positiv, weil sie machen sehr schöne und exklusive Kleider, so wie auf dem Beitrag.
Proband I	Die Marke fällt mir positiv auf. Ich finde die Marke einfach super. Ich habe eine Sympathie zur Marke.	Die Marke ist mir positiv aufgefallen. Ich finde die Klamotten und wie sie präsentiert sind schön.
Proband J	Das Problem ist, dass mittlerweile alle Marken diese bezahlten Partnerschaften machen. Daher finde ich es nicht sehr negativ für die Marke. Wenn eine Marke das nicht macht, gefällt sie mir jedoch besser.	Die Marke wirkt auf mich durch den Beitrag neutral. Es ist aber nicht so, dass die Marke positiv auf mich wirken würde.

Anhang 57: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»

Tabelle 45: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Einfluss auf die Marke»

	Einfluss auf die Marke	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Eigentlich einen Guten. Ich habe das Gefühl, dass er quasi die Stadt mit Prada verbinden möchte (...). Durch das suggeriert er, dass wenn man ein Kleidungsstück dieser Marke kauft, dass man ebenfalls den Lifestyle dieser Marke mit kauft. Es ist nicht einfach nur ein Bild einer Jacke von Prada – ich weiss jetzt nicht genau welches Stück von Prada ist – aber es gibt einem einfach das Gefühl, dass man ein bisschen Lifestyle mit kauft. Der Hintergrund wirkt auf mich sehr stark.	Ich finde Hugo Boss ist allgemein schon eine Marke, welche nicht mehr so «in» ist und durch das, dass das Bild sehr inszeniert ist, wirkt das auf mich krampfhaft. In dem Sinne, dass sie einem etwas aufzwingen wollen, was sie eigentlich gar nicht sind. Durch das, dass ich sowieso schon ein Bild von Hugo Boss habe, welches nicht sehr positiv ist, kombiniert mit dem Beitrag gibt das halt einfach einen negativen Eindruck.
Proband B	-	-
Proband C	Eigentlich beeinflusst es mich nicht sehr.	Es wird einfach Werbung für Hugo Boss gemacht. Einen anderen Einfluss kann ich

		gerade nicht erkennen.
Proband D	Ich denke es gibt viele Leute, welchen diese Schuhe gefallen und sie wegen dem Beitrag kaufen wollen. Daher denke ich, dass der Beitrag sich positiv auf Puma auswirkt.	Ich finde einen Positiven. Es gibt sicher Leute denen vielleicht die Jacke oder die Tasche gefallen wird und sich dann darüber schlau machen.
Proband E	Auch wieder einen positiven. Es gibt sicher viele Leute, welchen diese Schuhe gefallen und sie wegen ihr auch kaufen möchten.	Auch einen positiven. Leute klicken sicherlich auf die Verlinkung und schauen die Instagram Seite der Firma an. Wenn sie weiter interessiert sind, gehen sie vielleicht auf die Website und kaufen sich sogar etwas.
Proband F	Ich denke einen positiven Einfluss, da es sehr gut in Szene gesetzt worden ist.	-
Proband G	-	Es wird wieder Werbung für die Marke gemacht und es gehen vielleicht Leute dadurch auf das Hugo Boss Profil und informieren sich darauf.
Proband H	Es hat keinen grossen Einfluss, da ich denke, dass das Bild zu wenig packt und daher keinen grossen Einfluss auf die Marke hat.	Einen guten. Ich denke viele Leute, welche Hugo Boss oder diesen Kleidungsstil gut finden, werden auf den Beitrag klicken und sich darüber informieren. Nicht spezifisch auf diese Kleider – ich denke die Leute werden allgemein Kleider der Marke suchen.
Proband I	Ich denke der Beitrag mit Brandy Melville hat mehr Einfluss auf die Marke. Puma arbeitet ja mit weltberühmten Stars wie Rihanna oder Selena Gomez zusammen. Deswegen denke ich, dass die Beiträge mit solchen Influencern wie ihr nicht entscheidend ist für die Firma.	Ich denke es ist eine luxuriöse Marke. Ich denke jedoch nicht, dass die Marke aufgrund dieses Bildes einen viel höheren Umsatz machen wird. Der Einfluss ist aber sicher positiv, da die Leute die Marke einmal sehen, sie wahrnehmen und kennenlernen. Vielleicht können sie die Marke durch den Beitrag nun auch einem Namen zuordnen. Wenn man dann eine Tasche braucht, geht man vielleicht auch mal bei dieser Seite vorbei und nicht bei den 0815 Marken, welche jeder trägt.
Proband J	Ich denke, dass es sicher Follower gibt, welche seinen Modestil toll finden und demnach auch diese Marke kaufen wollen.	Je nach Influencer unterschiedliche. Ich kenne jetzt diesen Influencer nicht. Es kommt sicher auf das Image des Influencers an, welchen Einfluss der Beitrag hat.

Anhang 58: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»

Tabelle 46: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Reaktion auf den Beitrag»

	Reaktion auf den Beitrag	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Ich würde ihn vielleicht liken, jedoch nicht gleich sofort. Ich würde den anderen Beitrag vorher liken, weil ich das andere Bild natürlicher finde (...). Ich kann nicht genau sagen wieso – es passiert einfach.	Ich würde ihn kurz anschauen, dann aber weiter scrollen. Ich würde nicht gross auf das eingehen.
Proband B	Ich würde ihn nicht liken, einfach weiter scrollen.	Ich würde ihn liken, wenn ich ihn auf Instagram sehen würde.
Proband C	Ich würde ihn mir wieder anschauen und dann weiter scrollen. Nicht liken.	Ich würde ihn mir kurz anschauen und dann weiter scrollen.
Proband D	Ich denke ich würde ihn mir nur kurz anschauen und dann weiter scrollen.	Ich würde ihn kurz anschauen, aber sicher nicht zweimal.
Proband E	Ich würde überhaupt nicht darauf reagieren. Ich bin nicht jemand, der jeden Monat Schuhe braucht. Ich habe auch nicht das Geld dazu. Wenn ich weiss ich brauche es nicht, dann informiere ich mich auch nicht darüber.	Gar nicht. Weil mich die Kleidung nicht angesprochen hat. Es sieht sehr schön aus und passt auch zu ihr, aber für mich ist das nichts.
Proband F	Ich würde ihn liken. Da mir die Kleider und Schuhe gut gefallen, würde ich mich auch informieren, woher sie diese hat und wie teuer sie sind und ob sie in der Schweiz erhältlich sind.	Ich würde es nicht liken.
Proband G	Ich würde einfach weiter scrollen.	Ich würde sicher einmal auf die Hugo Boss Seite gehen, hätte jedoch nicht die Absicht etwas zu kaufen.
Proband H	Ich würde den Beitrag nur kurz anschauen und dann weitergehen.	Ich würde wahrscheinlich mal schauen, was es bei Hugo Boss so gibt.
Proband I	Ich würde denken, dass es ein schönes Foto ist und dann auf den Link von Puma oder von Selena Gomez klicken. Sicherlich würde ich aber auf die Puma Seite und mir dort die Sachen anschauen. Vielleicht würde ich sogar auf Zalando gehen und etwas bestellen.	Den würde ich sogar liken. Mit dem Taxi und ihren Haaren finde ich das Bild sehr stimmig.
Proband J	Weiter scrollen.	Ich würde mir mit diesem Beitrag Ideen sammeln, mehr nicht.

Anhang 59: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»

Tabelle 47: Bezahlte Beiträge (2) und (3) – Daten der Kategorie «Absicht etwas zu erwerben»

	Absicht etwas zu erwerben	
	Bezahlter Influencer Beitrag (2)	Bezahlter Influencer Beitrag (3)
Proband A	Eher weniger. Vielleicht so eine Jacke. Das wäre jetzt so ein klassischer Beitrag, den ich benutzen würde, um mich inspirieren zu lassen. Ich sehe, dass er ein schwarzes T-Shirt mit einer schwarzen Hose trägt und dann etwas Braunes darüber. Dann würde ich einfach zu Hause schauen, was habe ich für Kleider um ein Outfit zusammenzustellen, dass in etwa so aussieht. Nicht unbedingt um mir etwas zu kaufen, sondern mehr um mich inspirieren zu lassen.	Eher weniger, nein.
Proband B	Ja, die Schuhe. Diese gefallen mir sehr.	Ja, vorausgesetzt ich könnte es mir leisten. Ich würde dann auch versuchen, alles so ähnlich wie sie zu kombinieren.
Proband C	Ja die Jeans und die Schuhe.	Die Jeans und den Schal vielleicht. Weil die Jeans meinem Kleidungsstil gleicht und den Schal, weil er mich auf dem Bild anspricht.
Proband D	-	Nein, nicht weil es mir nicht gefällt, sondern weil es wahrscheinlich nicht zu mir passen würde.
Proband E	Ja, die Schuhe gefallen mir schon sehr und ich würde sie mir auch kaufen, vorausgesetzt ich hätte das Geld.	Nein, auch nicht. Weil mich die Kleidung nicht angesprochen hat. Es sieht sehr schön aus und passt auch zu ihr, aber für mich ist das nichts.
Proband F	Ja ich würde sicher mal schauen wie teuer die Schuhe sind.	Nein. Es ist nicht hässlich, ich denk Stars können das gut tragen, aber für «Normalos» finde ich es nicht passend.
Proband G	Nein.	hätte jedoch nicht die Absicht etwas zu kaufen. Weil ich momentan nicht genug Geld habe.
Proband H	Nein, um etwas zu kaufen, gefallen mir die Kleider zu wenig.	Nein, es würde nicht zu mir passen.
Proband I	Ja. Die Schuhe habe ich mir schon ein paar-mal überlegt sie zu kaufen. Die Klamotten würde ich wahrscheinlich auch kaufen, hätte ich genügend Geld.	Ja ich finde die Hosen sehr cool. Genau diese Tasche würde ich eher nicht kaufen. Den Pullover wiederum schon, der gefällt mir sehr.
Proband J	Nein.	Nein.

Anhang 60: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Kooperation mit Unternehmen»

Tabelle 48: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Kooperation mit Unternehmen»

	Kooperation mit Unternehmen	
	Vergleich Influencer Beiträge (1) und (2)	Vergleich Influencer Beiträge (3) und (4)
Proband A	Ich würde sagen bei beiden Beiträgen ist eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden. Beim zweiten Beitrag denke ich, dass direkt eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist.	Ich denke beim ersten Beitrag ist auf jeden Fall mit Hugo Boss eine Kooperation entstanden. Beim zweiten bin ich mir nicht sicher.
Proband B	Ich denke beim Beitrag, auf welchem sie auf dem Auto sitzt.	Beim ersten,
Proband C	Ja, klar beim unteren Beitrag.	Ja beim Beitrag mit Hugo Boss.
Proband D	Eindeutig beim Zweiten.	Ich denke beim ersten Beitrag.
Proband E	Auf dem zweiten Beitrag mit dem Auto.	Beim Beitrag mit dem Taxi.
Proband F	Ich denke bei Beiden.	Beim ersten ganz klar und beim zweiten hat sie vielleicht einfach Kleidungsstücke bekommen.
Proband G	Wahrscheinlich beim zweiten,	Wahrscheinlich bei Beiden.
Proband H	Aber eine Kooperation mit einem Unternehmen ist beim zweiten Beitrag mit Prada entstanden.	Beim ersten Beitrag,
Proband I	Ich würde sagen bei beiden ist eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden. Ich denke bei beiden Beiträgen ist sie dafür bezahlt worden.	Ich würde sagen bei Beiden.
Proband J	Ja, klar beim Zweiten.	Beim ersten Beitrag. Ich denke aber auch beim Zweiten.

Anhang 61: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund der Empfindung einer Kooperation»

Tabelle 49: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund der Empfindung einer Kooperation»

	Grund der Empfindung einer Kooperation	
	Vergleich Influencer Beiträge (1) und (2)	Vergleich Influencer Beiträge (3) und (4)
Proband A	Ich habe mehr das Gefühl, dass beim zweiten Beitrag eine Kooperation in dem Sinn da ist, weil er eben nicht für ein bestimmtes	, da eine «bezahlte Partnerschaft» markiert worden ist

	<p>Produkt wirbt, sondern für einen Lifestyle. Beim ersten Beitrag ist es jedoch auch offensichtlich, da er da jegliche Marken verlinkt. Darum würde ich bei beiden Beiträgen meinen, dass eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist. Beim zweiten Beitrag denke ich, dass direkt eine Kooperation mit einem Unternehmen entstanden ist, da noch ein Modemagazin darauf verlinkt ist. Beim ersten Beitrag könnte es nämlich auch sein, dass er sich einfach so im Alltag gekleidet hat und dann ein schönes Foto entstanden ist und er verlinkt hat, von wo er die Klamotten hat, aber auch in Kooperation mit den Unternehmen.</p>	
Proband B	<p>Oben steht nämlich «bezahlte Partnerschaft mit Puma».</p>	<p>Beim ersten, da oben am Beitrag «bezahlte Partnerschaft» steht. Beim zweiten Beitrag sind nur die Marken markiert. Vielleicht will sie, dass sie von der Marke entdeckt wird und sie möglicherweise eine Anfrage bekommt oder sie auf dem Instagram Account der Marke geteilt wird. Dadurch würde sie mehr Aufmerksamkeit und Follower bekommen. Ich glaube jedoch nicht, dass sie dafür bezahlt wurde.</p>
Proband C	<p>Da schreibt er ja «bezahlte Partnerschaft mit Prada».</p>	<p>Weil er oben schreibt «bezahlte Partnerschaft mit Hugo Boss».</p>
Proband D	<p>Wegen der Markierung der bezahlten Partnerschaft.</p>	<p>Wegen der «bezahlten Partnerschaft» oben am Bild.</p>
Proband E	<p>Weil oben am Beitrag «bezahlte Partnerschaft mit Puma» steht (...).</p>	<p>Weil oben am Beitrag steht: «bezahlte Partnerschaft mit Tory Burch».</p>
Proband F	<p>Weil bei beiden die Marke markiert war. Entweder hat sie zum Beispiel die Schuhe erhalten und muss sie posten, oder sie hat so viele Follower, dass sie noch Geld dafür bekommt.</p>	<p>Ich weiss es aber nicht genau. Ich denke jedoch, dass sie es nicht «freiwillig» gemacht hat.</p>
Proband G	<p>da dort «bezahlte Partnerschaft mit Prada» steht.</p>	<p>Beim ersten steht einfach noch «bezahlte Partnerschaft». Beim Ersten bekommt er sicher eine Entschädigung. Beim Zweiten weiss ich nicht, ob er eine Entschädigung bekommt oder ob er nur die Klamotten behalten darf.</p>
Proband H	<p>Er hat es markiert, dass er eine Partnerschaft mit Prada hat. Ich denke den ersten Beitrag hat er selber gemacht mit einem Kollegen oder so.</p>	<p>da er die Partnerschaft mit Hugo Boss angegeben hat.</p>

Proband I	Ich habe einfach das Gefühl, dass sie bei beiden Beiträgen bezahlt worden ist.	Beim Ersten bin ich mir ganz sicher wegen der bezahlten Partnerschaft und beim Zweiten denke ich, dass sie vielleicht Klamotten erhalten hat oder Ähnliches.
Proband J	Weil der Beitrag mit «bezahlter Partnerschaft» markiert war.	Wegen der «bezahlten Partnerschaft» oben am Bild.

Anhang 62: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Beitrag bei welchem die Marke besser in Szene gesetzt ist»

Tabelle 50: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Beitrag bei welchem die Marke besser in Szene gesetzt ist»

	Beitrag bei welchem die Marke besser in Szene gesetzt ist	
	Vergleich Influencer Beiträge (1) und (2)	Vergleich Influencer Beiträge (3) und (4)
Proband A	Auf jeden Fall auf dem ersten Beitrag	Beim Zweiten.
Proband B	Besser in Szene gesetzt finde ich die Marke bei dem Beitrag, bei welchem sie auf dem Auto sitzt.	Auf jeden Fall beim ersten Beitrag mit den Taxis.
Proband C	Ich finde bei beiden etwa gleich gut.	beim ersten Beitrag besser in Szene gesetzt.
Proband D	Beim zweiten Beitrag mit der bezahlten Partnerschaft.	Ich finde bei beiden etwa gleich.
Proband E	Eindeutig beim zweiten Beitrag mit dem Auto.	Ich finde beim Beitrag mit den Taxis im Hintergrund.
Proband F	Ganz klar auf dem zweiten Beitrag.	Die Marke ist sicherlich beim ersten Beitrag besser in Szene gesetzt worden
Proband G	Für mich beim ersten.	Ich finde beim ersten Bild
Proband H	Beim zweiten Bild mit Prada.	Beim ersten Beitrag mit der Brücke
Proband I	Beim Puma Beitrag	Für mich ganz klar beim ersten Beitrag.
Proband J	Abgesehen von der Authentizität ist es der zweite Beitrag	Beim ersten Beitrag mit der bezahlten Partnerschaft natürlich.

Anhang 63: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund des Empfindens der besseren Markeninszenierung»

Tabelle 51: Vergleich Beiträge – Daten der Kategorie «Grund des Empfindens der besseren Markeninszenierung»

	Grund des Empfindens der besseren Markeninszenierung	
	Vergleich Influencer Beiträge (1) und (2)	Vergleich Influencer Beiträge (3) und (4)
Proband A	, weil man die Produkte, welche er trägt, besser sieht. Man kann den Beitrag anklicken und man sieht genau, welche Kleidungsstücke von welcher Marke sind (...). Also ich kann mir hier ein gutes Bild machen, welches Produkt mir gefällt und wo ich es herbekomme. Beim anderen Beitrag ist es mehr der Lifestyle, den man mit der Marke verbindet. Ich weiss jetzt nicht genau, ob die Jacke von Prada ist oder das ganze Outfit oder nur die Schuhe. Es halt einfach besser beschrieben auf dem ersten Beitrag. Ja und die Kleider sind auf dem ersten Beitrag auch besser in Szene gesetzt worden.	Der zweite Beitrag wirkt schon auch ein bisschen inszeniert, jedoch nicht krampfhaft inszeniert. Vielleicht liegt es daran, dass mehrere Marken auf dem Beitrag markiert sind und mir dadurch gezeigt, dass man verschiedene Marken miteinander kombinieren kann (...).
Proband B	Weil man merkt, dass die Schuhe auf dem Bild im Zentrum stehen. Wiederum beim ersten Beitrag mit dem Pullover lenkt die Landschaft im Hintergrund ab.	Nur schon, weil sie fröhlicher aussieht und dadurch ein besseres Gefühl entsteht. Beim Zweiten steht sie ohne Gesichtsausdruck da und präsentiert ihre Kleidung. Es kommt mir vor, wie ein Model auf einer Webseite, welche Klamotten präsentiert. Beim ersten Beitrag sieht es so aus als ob sie Spass hätte mit dem was sie an hat.
Proband C	Bei beiden hat er markiert, woher er zum Beispiel die Jacke hat. Beim ersten Beitrag finde ich noch besser, dass er jedes Kleidungsstück markiert hat im Gegensatz zum zweiten Beitrag.	Beim ersten Beitrag weiss ich nicht, was alles von Hugo Boss ist. Ich denke zwar schon, aber ich bin mir nicht sicher. Es ist auch sehr gut, dass alles markiert ist. Also oben am Beitrag mit «bezahlte Partnerschaft», dann die Markierung direkt auf dem Bild und noch unten in der Bildbeschreibung. Auch wenn man jetzt nicht auf das Bild klickt um die Markierung zu sehen, ist es trotzdem sofort präsent, dass darauf Hugo Boss Klamotten sind. Es wird sofort an mehreren Orten ersichtlich. Beim zweiten Bild finde ich jedoch gut, dass markiert wurde, von welcher Marke welches Kleidungsstück ist. Das macht den Beitrag sehr übersichtlich. Trotzdem finde ich die Marke beim ersten Beitrag besser in Szene gesetzt.
Proband D	Die Marke steht im Vordergrund und ihre	Ich finde bei beiden steht die Person und

	Schuhe stechen heraus. Der andere Beitrag könnte auch ein normales Ferienfoto sein.	was sie anhat im Vordergrund und alles ist sehr stimmig.
Proband E	Beim Bild auf der Strasse ist sie und der Hintergrund im Fokus und beim zweiten Beitrag stehen die Schuhe im Vordergrund. Man sieht als erstes die Schuhe, wenn man den Beitrag anschaut. Das Auto ist schwarz, ihre Kleider sind schwarz, nur ihre Schuhe stechen heraus.	Weil nur eine Marke verlinkt ist und eine bezahlte Partnerschaft markiert ist. Beim zweiten Beitrag waren es drei Marken. Da ist die Chance kleiner, dass man darauf geht.
Proband F	Sie ist da ganz schwarz gekleidet und die Schuhe stechen raus. Beim anderen ist es einfach ein weisser Pullover. Von dieser Marke gibt es sicher speziellere Kleidung.	Sie hat darauf alles von nur einer Marke an und schreibt es überall hin.
Proband G	Ich finde da die Klamotten schöner, allgemein das ganze Bild. Auch die Farben Klamotten gefallen mir besser beim ersten Beitrag.	weil oben «bezahlte Partnerschaft mit Boss» steht. Auf den Klamotten sieht man es nicht gleich, welche Marke es ist. Beim zweiten Beitrag sieht man es erst, wenn man auf den Beitrag klickt und sich die Markierungen anschaut. Ich finde es beim ersten Bild besser.
Proband H	Weil er es oben am Bild markiert hat und unten auch. Er hat auch nicht sehr viel dazu geschrieben und aus diesen Gründen fällt Prada sofort auf. Beim anderen Beitrag hat er einen grösseren Text geschrieben und das «versteckt» die Marken auf eine Art. Da er es beim ersten Beitrag nur markiert hat, muss man auch extra auf den Beitrag klicken um die Marken zu sehen. Beim zweiten Beitrag fällt es einem direkt ins Auge.	da er es mehrmals markiert hat. Es sticht sofort heraus.
Proband I	aus dem Grund, da bezahlte Partnerschaft mit Puma steht und man weiss sofort, dass es um Puma geht. Bei Zweiten habe ich ja nicht darauf geschaut, was markiert ist.	Es hat für mich bei beiden Bildern einen Sinn dahinter. Beim ersten Bild ist alles aufeinander abgestimmt und beim zweiten sind die Gegensätze interessant. Beim ersten kommt die Marke einfach besser zur Geltung mit der Hose und der Tasche. Die bezahlte Partnerschaft ist gleich sticht auch gleich ins Auge. Beim zweiten Beitrag weiss ich nicht, ob eine Firma mitspielt oder ob sie das von sich aus gepostet hat.
Proband J	da bei diesem nur eine Marke markiert ist und die Marke im Zentrum des Beitrages steht. Beim anderen Beitrag waren es mehrere Marken.	Es ist gleich klar, dass es um Hugo Boss geht.

Anhang 64: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge»

Tabelle 52: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge»

	Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge
Proband A	Ich würde sagen ja. Ich weiss nicht ob ich es richtig zugeordnet habe, aber ich würde sagen, dass jeweils der zweite Beitrag, den du mir gezeigt hast, der Bezahlte war.
Proband B	Ja
Proband C	Ja,
Proband D	Ja,
Proband E	Ja,
Proband F	Nein
Proband G	Nein
Proband H	Ja, ich nehme schon an.
Proband I	Ja, schon ein bisschen.
Proband J	Ja, ich denke schon.

Anhang 65: Daten der Kategorie «Grund der Unterscheidung»

Tabelle 53: Daten der Kategorie «Grund der Unterscheidung»

	Grund der Unterscheidung
Proband A	Weil halt einfach die Bilder an sich viel inszenierter wirken. Bei Adam Gallagher habe ich ja eigentlich sofort bemerkt, dass da eine Kooperation gewesen ist. Es hat einfach bezahlt auf mich gewirkt (...). Bei Magic Fox hätte ich jetzt nicht wirklich sagen können, welcher bezahlt ist und welcher nicht. Ich merke schon, dass der zweite bei Magic Fox viel inszenierter ist und daher bezahlt ist, aber ich hätte jetzt nicht überzeugt sagen können, dass der Erste überhaupt nicht bezahlt ist.
Proband B	Ganz ehrlich, wenn es nicht angeschrieben wäre, würde ich es auch nicht merken. Gerade beim Zweiten, wäre es nicht angeschrieben gewesen, hätte ich gedacht, dass es genau umgekehrt wäre. Wegen der bezahlten Partnerschaft, welche markiert ist.
Proband C	da es immer angeschrieben war mit «bezahlter Partnerschaft» und mir das gleich aufgefallen ist.
Proband D	Eigentlich nur weil immer die bezahlte Partnerschaft angegeben war. Beim letzten Bild hat sie auch nicht aufmerksam Werbung gemacht, sondern nur die Marken markiert.
Proband E	weil es immer mit «bezahlte Partnerschaft» angegeben war und bei den bezahlten jeweils nur eine Marke markiert war. Bei den unbezahlten mehrere.
Proband F	Ich dachte, dass nur schon wenn etwas markiert ist, der Beitrag bezahlt ist bzw. sie etwas erhalten haben.
Proband G	Ich denke sie erhalten bei den unbezahlten Beiträgen immerhin die Klamotten gratis.

Proband H	Sie haben bei zwei Beiträgen diese Partnerschaften angegeben und bei den anderen einfach nur die Marke auf dem Bild markiert.
Proband I	Ich denke nicht, dass wenn eine Marke markiert ist zwingend eine Bezahlung erfolgte, sondern bekommen sie dadurch irgendwann etwas von einem Unternehmen bzw. es entsteht eine bezahlte Partnerschaft in der Zukunft. Bei den bezahlten Partnerschaften ist es aber klar gekennzeichnet oben am Bild.
Proband J	wegen der Markierung der bezahlten Partnerschaft.

Anhang 66: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge im Alltag»

Tabelle 54: Daten der Kategorie «Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge im Alltag»

	Unterscheidung bezahlte / unbezahlte Beiträge im Alltag
Proband A	Ehrlich gesagt achte ich mich überhaupt nicht auf das. Zum Beispiel beim ersten Beitrag von Magic Fox achte ich mich eher auf die Marken, welche verlinkt sind. Ich überlege mir dann, ob und wo ich das Produkt nachkaufen kann. Ich schaue nicht wirklich darauf, ob es eine bezahlte Partnerschaft ist oder nicht. Manchmal sehe ich schon Fotos und empfinde sie als sehr inszeniert. (...). Ich bin nicht auf diese Partnerschaften fokussiert, wenn ich auf Instagram bin.
Proband B	Diese bezahlten Partnerschaften sind ja relativ neu und am Anfang ist es mir schon sehr aufgefallen. Wenn ich jetzt aber durch den News-Feed scrolle achte ich eigentlich nicht darauf. Ich sehe es vielleicht schon, aber realisiere es nicht richtig.
Proband C	Nein überhaupt nicht. Ich nehme es vielleicht schon war, aber ich kann mich nicht erinnern, dass das mir mal explizit aufgefallen ist. Ich habe mich während diesem Interview mehr damit auseinandergesetzt und die Beiträge auch genauer angeschaut, als wenn ich bei mir auf Instagram bin. Sonst schaue ich die Beiträge nicht so genau an.
Proband D	Ja, auf jeden Fall. Vielmals schreiben Influencer auch in der Bildbeschreibung, dass es sich um Werbung handelt. Bspw. mit #Ad oder ähnlichem.
Proband E	Ja, eigentlich immer. Weil meistens oben am Bild «bezahlte Partnerschaft» steht. Mir fällt es manchmal auch wegen der Bildbeschreibung auf, weil da teilweise Art Werbebotschaft steht. Die bezahlten Beiträge sind auf oft inszenierter.
Proband F	Ich dachte, dass nur schon wenn etwas markiert ist, der Beitrag bezahlt ist bzw. sie etwas erhalten haben. Zum Beispiel die Uhr von Daniel Wellington haben auch viele Influencer gratis bekommen und sie dann präsentiert. Daher fällt mir eigentlich der Unterschied nicht auf. Wenn «bezahlte Partnerschaft» steht, fällt mir das aber eigentlich immer auf.
Proband G	Ja, fällt mir auf. Ich sehe die bezahlte Partnerschaft immer gleich. Bei den Fussballstars kommt das noch oft vor mit Adidas oder Nike. Oft für Schuhe oder Shirts.
Proband H	Ja, mir fällt es schon auf. Die bezahlten sind qualitativ besser gemacht und die Kulisse ist meistens spektakulärer bzw. ungewöhnlicher. Die bezahlte Partnerschaft fällt mir ehrlich gesagt im Alltag nicht wirklich auf. Ich denke ich habe mich bei diesem Interview mehr darauf geachtet.

Proband I	Ja, es fällt mir auf. Ich achte mich nicht extrem darauf, ich sehe es jedoch trotzdem. Es ist nicht so, dass ich bei bezahlten Beiträgen eine andere Emotion empfinde.
Proband J	Ja, wenn ich es sehe, gehe ich meistens gleich weg vom Beitrag. Vielfach sind die Beiträge auch auffällig und billig gemacht.

Anhang 67: Daten der Kategorie «Empfinden gegenüber der Kooperationen»

Tabelle 55: Daten der Kategorie «Empfinden gegenüber der Kooperationen»

	Empfinden gegenüber der Kooperationen
Proband A	Es wirkt auf mich einfach sympathischer, wenn ein Influencer einen Beitrag ohne Bezahlung teilt. Im Unterbewusstsein wird es mich wahrscheinlich schon ein bisschen beeinflussen. Das kann ich jetzt nicht genau sagen. Jetzt als du mich darauf aufmerksam gemacht hast, empfinde ich es ein bisschen gestellt, aber ich würde nicht sagen, dass es abneigend auf mich wirkt. Beim einen Beitrag gefallen mir einfach die Klamotten nicht, aber das liegt nicht an der bezahlten Partnerschaft. Entweder mir gefällt das Produkt, oder es gefällt mir nicht. Würdest du mich nicht explizit danach fragen, würde ich wahrscheinlich den Beitrag eine halbe Sekunde lang anschauen und dann weiter scrollen.
Proband B	Ich denke Influencer sind ja da um uns zu inspirieren und uns gute Sachen zu Empfehlen. Wenn jedoch der Influencer bezahlt wird, dann stehen sie nicht immer hinter dem Produkt, aber sagen trotzdem es sei ein sehr gutes Produkt. Daher finde ich es nicht sehr ehrlich und authentisch.
Proband C	Ich finde es eigentlich noch gut, dass die Influencer die Möglichkeit haben damit Geld zu verdienen.
Proband D	Ich finde es gut und auch modern. Mit der Markierung der bezahlten Partnerschaft sehen es die Leute auch direkt. Ich denke Firmen können so ihr Geld gut in Werbung investieren. Mit dieser Art von Werbung werden auch sehr viele Leute erreicht. Es besteht jedoch immer die Gefahr, dass die Influencer eigentlich nicht hinter dem Produkt stehen. Ich persönlich würde das aber nicht sehr schlimm finden, da man Klamotten nur bestellt, wenn man denkt sie passen zu einem selber. Wenn sie dem Influencer nicht gefallen und er trotzdem dafür wirbt, ist mir das relativ egal.
Proband E	Mir gefallen die Beiträge ohne bezahlte Partnerschaft besser, denn ich habe dann das Gefühl, dass die Influencer selber von der Marke überzeugt sind. Bei den anderen preisen sie die Produkte an, weil sie Geld bekommen.
Proband F	Ich denke einfach, dass sie damit richtig viel Geld verdienen. Ich nehme die Beiträge meistens nicht so ernst, wenn steht, dass sie bezahlt sind, weil ich weiss sie machen es wegen dem Geld.
Proband G	Eigentlich ganz normal. Ich finde das nicht schlimm. Es fällt mir einfach auf. Früher ist das ja nicht gestanden.
Proband H	Ich finde es grundsätzlich eine gute Sache, da man nicht lange nach der Marke suchen muss auf den Beiträgen, da sie einem direkt ins Auge sticht. Man kann einfach und direkt auf die Seite gehen und findet dadurch wahrscheinlich auch weitere Klamotten, welche einem gefallen.

Proband I	Ich finde es gut in einem gewissen Mass. Unsere Gesellschaft ist zu sehr auf Social Media aktiv und legt zu viel Wert darauf, deswegen finde ich allgemein Social Media nicht sehr gut. Ich finde aber es macht Sinn, dass diese Leute dafür bezahlt werden und es ist eine gute Möglichkeit für Unternehmen um zu werben. Die Reichweite ist sehr gross und daher ergibt es Sinn. Beim durchscrollen sieht man es einfach. Vor allem um junge Leute zu erreichen, hat es viel Potential.
Proband J	Ich finde es nicht glaubhaft und finde es daher nicht gut. Die Firmen machen wahrscheinlich solche Werbungen, um ihre Reichweite zu erweitern und Zielgruppen anzusprechen. Ich finde es aufgesetzt und würde mich nicht für eine Marke interessieren, nur weil ein Influencer sich dafür interessiert.

Anhang 68: Daten der Kategorie «Änderung der Einstellung gegenüber einem Produkt bei einer Bezahlung des Influencers»

Tabelle 56: Daten der Kategorie «Änderung der Einstellung gegenüber einem Produkt bei einer Bezahlung des Influencers»

	Änderung der Einstellung gegenüber einem Produkt bei einer Bezahlung des Influencers
Proband A	Wenn es mir nicht gefällt und dann sehe, dass der Influencer bezahlt wurde dann kann es sich schon ein bisschen schlecht auf die Marke auswirken. Wenn ich zum Beispiel an einem Hugo Boss Laden vorbeilaufe, kann es sein, dass ich denke, dass mir dort sowieso nichts gefallen wird. Ja grundsätzlich muss mir nur das Produkt gefallen. Ich glaube das passiert alles im Unterbewusstsein. Ich folge einem Influencer, weil ich seinen Lifestyle cool finde und mich sein Kleidungsstil inspiriert. Wenn ich merke, dass alles völlig inszeniert ist und sich der Influencer mit den erworbenen Klamotten nicht identifiziert, dann kann ich mich auch nicht damit identifizieren. Dies aufgrund, da er ein gewisses «Vorbild» für mich ist und wenn es ihm nicht steht, steht es mir auch nicht. So weit habe ich aber ehrlich gesagt noch nie überlegt. Ich kann aus Überzeugung sagen, dass wenn mir ein Produkt gefällt, kaufe ich es – egal ob bezahlt oder unbezahlt beworben.
Proband B	Grundsätzlich hat es das nie gemacht. Da ich aber einmal qualitativ schlechte und keine schönen Bikinis erhalten habe bin ich dem gegenüber skeptischer geworden. Ich versuche dann Vergleiche zu finden auf dem nicht die Influencer das Kleidungsstück tragen, sondern eher «Normalos» respektive bei Anderen, welche dafür nicht bezahlt wurden.
Proband C	Nein, grundsätzlich bei mir nicht. Wenn mir etwas sehr gut gefällt, macht dies keinen Unterschied. Es wird einem jedoch bewusst, dass wenn man etwas kauft der Influencer auch davon profitiert. Ich kann mir vorstellen, dass das nicht allen Leuten gefällt, wenn er Geld dafür bekommt und sie es daher nicht kaufen. Mir würde es nichts ausmachen. Ich würde es trotzdem kaufen.
Proband D	Nein, überhaupt nicht. Ich finde es gut, dass sie Geld dafür bekommen, denn bei so einem Beitrag steckt auch Arbeit dahinter.
Proband E	Nein, überhaupt nicht.
Proband F	Ich schaue die Kleider sicher an und informiere mich darüber. Es macht mich aber trotzdem immer ein bisschen skeptisch.

Proband G	Nein, wenn es mir gefällt, dann gefällt es mir. Es spielt keine Rolle.
Proband H	Nein. Wenn es mir gefällt, dann kommt es nicht darauf an, ob der Beitrag bezahlt ist oder nicht. Mir gefällt es dann einfach.
Proband I	Nein, sie müssen auch von etwas leben. Sie können nicht nur von Luft und Liebe leben. Wenn es mir gefällt, dann gefällt es mir.
Proband J	Je nach dem schon. Es kommt darauf an, was für eine Marke es ist. Wenn es eine kleine, unbekannte Marke ist, bei welcher meine Imagebildung noch stattfindet, dann schon. Die Marke nehme ich dann nicht gut wahr, da ich merke sie brauchen Werbung und sind noch nicht etabliert. Bei grossen Marken wie Boss weiss ich, dass sie diese schon genug etabliert sind und sie es einfach so dazu machen. Meine Meinung ändert sich also eher bei Marke, welche ich noch nicht kenne.

Anhang 69: Daten der Kategorie «Authentizität der beiden Beitragsarten»

Tabelle 57: Daten der Kategorie «Authentizität der beiden Beitragsarten»

	Authentizität der beiden Beitragsarten
Proband A	Wenn es mir sehr auffällt, dass es überhaupt nicht zum Influencer passt, dem ich folge. Aber sonst würde ich nicht sagen das einer authentischer ist als der andere.
Proband B	Definitiv ohne Partnerschaft. Wenn keine Bezahlung erfolgt, dann ist es auch wirklich ihr eigener Style und wenn sie bezahlt wurden dann wird ihnen wahrscheinlich alles vorge-schrieben, was sie anziehen müssen. Ich denke nicht, dass sie auswählen dürfen für was sie werben und wie sie es kombinieren.
Proband C	Eindeutig ein unbezahlter Beitrag, da dieser aus eigener Überzeugung kommt. Weil es einfach sein eigener Kleidungsstil ist und kein Shooting mit vorgegebenen Klamotten. Es ist für mich auch glaubwürdiger, wenn mehrere Marken auf einem Bild markiert sind, da ich niemanden kenne, der von oben bis unten Klamotten von nur einer Marke trägt.
Proband D	Ohne Bezahlung. Weil es einen Ausschnitt das dem Leben des Influencers zeigt. Und nicht etwas, für was sie bezahlt werden. Ich meine wir «Normalos» posten ja auch Beiträge ohne, dass uns jemand Geld gibt.
Proband E	Klar Beiträge ohne Kooperation. Weil es von ihnen aus eigener Überzeugung kommt, ihnen gefällt und sie das auch im Alltag anziehen würden.
Proband F	So wie du es mir erklärt hast ist eindeutig ein Beitrag ohne Kooperation für mich authenti-scher. Weil ich weiss, dass kein Unternehmen dahinter.
Proband G	Ich finde eigentlich beides gleich.
Proband H	Klar die unbezahlten Beiträge, da darauf ihre eigene «Meinung» abgebildet ist. Er zieht nur das an, was ihm auch gefällt und steht. Bei den bezahlten Beiträgen gibt die Firma vor, was er anziehen soll.
Proband I	Ein Beitrag ohne Kooperation ist klar authentischer. Es kann auch authentisch sein, wenn der Beitrag bezahlt wurde. Aber grundsätzlich sind für mich unbezahlte Beiträge authenti-scher. Man weiss dann, die Influencer ziehen es an, weil es ihnen gefällt und markieren die Marke, damit es gut für das Geschäft ist.

Proband J	Ganz klar ohne Kooperation.
------------------	-----------------------------

Anhang 70: Daten der Kategorie «Änderung des Vertrauens in den Influencer»

Tabelle 58: Daten der Kategorie «Änderung des Vertrauens in den Influencer»

	Änderung des Vertrauens in den Influencer
Proband A	Nein eigentlich nicht. Nur wenn es überhäuft vorkommen würde. Wenn dies der Fall ist, kann es sein, dass ich ihm entfolgen würde. Aus dem Grund, da er mich dann nicht mehr inspiriert, sondern ich nur noch das Gefühl habe, dass er mir etwas verkaufen will.
Proband B	Ich überlege mir grundsätzlich nicht, ob ich dem Influencer jetzt weniger vertraue. Aber im Unterbewusstsein ändert sich wahrscheinlich schon etwas, wenn immer steht «bezahlte Partnerschaft». Ich habe auch schon gesehen, dass User unter Bildern von Influencern geschrieben haben, warum sie dafür wirbt, da die Qualität der Klamotten schlecht ist. Daher kann es schon sein, dass das Vertrauen in einen bestimmten Influencer verloren geht. Mich stört es grundsätzlich nicht, aber ich finde gegenüber ihren Followern ist es nicht ganz fair. Ich meine durch Follower werden sie finanziert, dann erwartet man auch eine ehrliche Rückmeldung. Doch durch die bezahlten Werbungen wird diese Rückmeldung verfälscht.
Proband C	Gar nicht. Die Influencer posten auch Beiträge, für welche sie kein Geld bekommen. Daher finde ich es in Ordnung. Es kommt einfach nicht gut an. Man merkt dann, dass er es nicht macht wegen dem Spass, sondern weil er Geld verdienen will.
Proband D	Ich finde es kommt auf den Influencer darauf an. Wenn ich bei einem Influencer merke, dass er es nicht nur wegen dem Geld macht, vertraue ich ihm auch. Wenn ich aber das Gefühl habe ein Influencer macht es nur wegen dem Geld, würde ich vielleicht diesen Influencer nicht mehr verfolgen. Vereinzelt stört es mich aber überhaupt nicht.
Proband E	Wenn jeder Beitrag mit einer Partnerschaft entstanden ist, dann finde ich es schlecht. Jedoch wenn es vereinzelt vorkommt, finde ich es nicht schlimm. Sie müssen auch irgendwie Geld verdienen.
Proband F	Ich glaube es einfach nicht und bin skeptischer. Wenn dann wieder ein normaler Beitrag kommt, glaube ich es dann mehr.
Proband G	-
Proband H	Nein, nicht wirklich. Es stört mich auch nicht.
Proband I	-
Proband J	Nicht gross, da ich von Anfang an weiss, dass er Geld bekommt.

Anhang 71: Daten der Kategorie «Notwendigkeit bei einem Influencer Beitrag»

Tabelle 59: Daten der Kategorie «Notwendigkeit bei einem Influencer Beitrag»

	Notwendigkeit bei einem Influencer Beitrag
Proband A	Wichtig ist, dass er markiert von welcher Marke er die Klamotten hat. Sonst kann ich die Klamotten nur schwer finden. Er sollte auch authentisch wirken. Ich finde es schön, wenn ein Blogger Partnerschaften eingeht, diese müssen aber zu seiner Person und zu seinem Account passen. Jedes Mal als du mich gefragt hast was mir auffällt, ist mir der Hintergrund aufgefallen. Dies ist wahrscheinlich auch ein Vorgang im Unterbewusstsein welcher mich positiv oder negativ beeinflusst. Den Hintergrund ist für mich aber auch noch relativ wichtig.
Proband B	Ich finde die Location sehr wichtig, da diese das Bild interessant macht. Die Fotoqualität finde ich auch wichtig. Die Kombination der Kleidung auch stimmig gewählt werden.
Proband C	Man muss das Kleidungsstück gut auf dem Bild sehen. Ich finde es auch sehr gut, wenn die Marke markiert ist und man direkt auf die Seite des Unternehmens gelangen kann. So findet man die Klamotten schneller – sonst ist es ziemlich mühsam.
Proband D	Er muss mir selber entsprechen und mir gefallen vom Style her. Die Klamotten darauf müssen auch in meine Preisklasse passen. Wichtig finde ich noch, dass der Beitrag in einer guten Qualität erscheint und dass auch der Hintergrund passend gewählt wird. Je besser es in Szene gesetzt ist, desto besser wirkt es.
Proband E	Es sollte ein spontaner Beitrag sein. Das Gesamtbild sollte auch stimmen mit einem schönen Hintergrund.
Proband F	Es muss sicher gut in Szene gesetzt werden und allgemein ein schönes Bild sein.
Proband G	Es muss sicher etwas sein, was mir gefällt. Die Farben und das Gesamtbild müssen einfach stimmen.
Proband H	Es muss ein Bild sein, bei dem etwas heraussticht und man automatisch stoppt dabei. Es muss natürlich auch meinem Stil entsprechen.
Proband I	Die Verlinkungen sind wichtig. Ich finde auch wichtig, dass man weitere Infos zum Produkt finden kann, wenn man auf einen Link klickt. Nicht nur bei Klamotten, sondern allgemein bei Werbungen. Sonst muss ein Beitrag noch stimmig sein. Mir persönlich gefällt es, wenn darauf Natur vorkommt. Zum Beispiel Meer oder Wald – das finde ich einfach schön anzuschauen.
Proband J	Das Problem ist, dass alle diese Beiträge wirklich gute Bilder sind, jedoch sind sie überhaupt nichts Spezielles, dass ich anhalten muss beim durchscrollen. Der Beitrag muss einzigartig und speziell sein. Es sollte ein Beitrag sein der einem überrascht und man mehr erfahren will. Der Beitrag sollte sich von allen anderen Influencern abgrenzen.

Anhang 72: Daten der Kategorie «Tabu bei einem Influencer Beitrag»

Tabelle 60: Daten der Kategorie «Tabu bei einem Influencer Beitrag»

	Tabu bei einem Influencer Beitrag
Proband A	nicht zu sehr inszeniert. Der Beitrag mit der Brücke hat mir zum Beispiel nicht sehr gefallen. Vielleicht hat das den Eindruck des ganzen Beitrages beeinflusst.
Proband B	Ich finde manchmal die bezahlte Partnerschaft. Man achtet sich dann sofort darauf, dass es Werbung ist. Wenn das Bild sehr gestellt aussieht, kommt es bei mir auch nicht gut an und es wird überhaupt nicht authentisch.
Proband C	Es stört mich nicht sehr, aber ich finde es unnötig, wenn immer ewig lange Texte in der Bildbeschreibung stehen.
Proband D	Er darf einfach nicht hässlich sein. Die Klamotten auf dem Beitrag dürfen auch nicht von zu weit herkommen, da ich sonst viel Versand und Transport zahlen muss.
Proband E	und nicht zu gestellt. Wenn bei einem bezahlten Beitrag die Influencer in der Bildbeschreibung so tun, als ob der Beitrag spontan entstanden ist.
Proband F	-
Proband G	Er darf keine rassistischen Sachen auf dem Beitrag haben.
Proband H	Es dürfen keine schlechten Bilder sein. Also die Qualität muss stimmen und es muss professionell wirken. Man muss es dem Influencer auch abkaufen.
Proband I	Keine Gewalt, sexistische Sachen. Ich finde Frauen dürfen sich sexy präsentieren, aber wenn es dann zu übertrieben ist, habe ich eher eine Abneigung. Bikini Bilder gibt es ja zu Tausenden auf Social Media, wenn diese dann zu übertrieben sind und sich die Frauen unnatürlich verbeugen, gefällt es mir nicht.
Proband J	Bezahlte Partnerschaft – da hört es bei mir meistens gleich auf.

Anhang 73: Daten der Kategorie «Kaufabsicht durch Influencer»

Tabelle 61: Daten der Kategorie «Kaufabsicht durch Influencer»

	Kaufabsicht durch Influencer
Proband A	Ja das kommt immer wieder vor. Ich orientiere mich in punkto Mode hauptsächlich auf Instagram. Es gibt für mich keine andere Quelle, auf der ich mich informiere wie zum Beispiel im Fernsehen oder in einem Magazin. Ich glaube alles, was ich kaufe, kaufe ich aus dem Grund, da ich es einmal auf Instagram gesehen habe.
Proband B	Ja, vor allem Bikinis. Bei mir ist es so, wenn ich Beiträge anschau gehe ich nicht genau in den gleichen Laden um mir die exakt selben Kleidungsstücke zu kaufen. Wenn ich aber dann shoppen gehe, habe ich wahrscheinlich die einen Beiträge im Hinterkopf und versuche ähnliche Sachen zu kaufen. Selten kommt es aber auch vor, dass ich genau das gleiche will, was ich bei einem Influencer gesehen habe. Ein Beispiel sind die Levi's T-Shirts, welche durch Influencer wieder bekannt geworden sind und jetzt alle anhaben. Da kann es durchaus vorkommen, dass man genau gleiche Kleidungsstücke kauft. Bei mir kommt dies

	aber eher selten vor.
Proband C	Ja, schon sehr oft. Bei Shirts und Schuhen. Ich habe mich dann einfach informiert und geschaut, ob ich es mir leisten kann.
Proband D	Ja, definitiv. Es gibt eine Kleiderseite namens «Beginning Boutique». Diese habe sehr schöne Klamotten. Ich habe mich dann auch informiert, wie teuer diese Klamotten sind und wie teuer der Versand ist. Diese Marke arbeitet viel mit Influencern zusammen und darum kenne ich sie auch. Ja teilweise bezahlt. Nicht für jeden Beitrag.
Proband E	Ja, Kleider. An was ich mich als letztes erinnern kann war keine Partnerschaft. Es war einfach die Marke markiert.
Proband F	Nein, es kommt nicht sehr oft vor. Am meisten im Sommer, dann suche ich immer nach Bikinis und gehe auch bewusst auf solche Seiten, um neue Sachen zu finden. Mehr wenn ich etwas Spezielles suche. Als ich LAP hatte, habe ich auch nach Seiten gesucht, um schöne Kleider zu finden.
Proband G	Nein, eigentlich nicht.
Proband H	Ja, das hat es schon oft gegeben. Schlussendlich habe ich aber die Sachen dann doch nicht gekauft. Manchmal habe ich den Artikel nicht gefunden oder es war zu teuer. Bei Seiten welche ich nicht kenne, war ich oft auch skeptisch und habe aus diesem Grund nichts bestellt.
Proband I	Ja, habe ich schon oft. Ich schau auch oft nach Bikinis. Ich denke mir oftmals, dass es schön aussieht, jedoch würde ich es anziehen und ist es alltagstauglich. Diese sind eher nicht bezahlt, würde ich sagen. Also mehrheitlich. Wahrscheinlich schon teilweise bezahlt, aber mehrheitlich nicht bezahlt.
Proband J	Ja, ich habe sicher schon die Absicht gehabt. Ich kann mich nicht direkt erinnern was, aber die Absicht hatte ich definitiv schon. Wahrscheinlich hatte ich dann aber zu wenig Geld um es mir zu kaufen. Bei bezahlten Partnerschaften hatte ich das aber nie.

Anhang 74: Daten der Kategorie «Unterschiedliche Kaufabsicht bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträgen»

Tabelle 62: Daten der Kategorie «Unterschiedliche Kaufabsicht bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträgen»

	Unterschiedliche Kaufabsicht bei bezahlten bzw. unbezahlten Influencer Beiträgen
Proband A	-
Proband B	Ja, seit ich diese Bikinis von Zaful bekommen habe, achte ich mehr darauf. Da ich einmal qualitativ schlechte und keine schönen Bikinis erhalten habe, bin ich dem gegenüber skeptischer geworden. Wenn ich einfach durch Instagram scrolle kommt es nicht darauf an. Aber wenn ich etwas sehe was ich genau von dieser Seite will, dann muss ich mich noch auf anderen Quellen informieren, ob diese Marke bzw. das Kleidungsstück gut ist. Wenn es nicht bezahlt ist, denke ich weniger daran. Jedoch bei bezahlten Beiträgen habe ich mehr Bedenken.
Proband C	Nein, überhaupt nicht. Wenn mir etwas gefällt und ich finde es passt zu mir, dann ist es mir egal.

Proband D	Nein, nicht unbedingt.
Proband E	Auf das kaufen bezogen nicht. Der Influencer wirkt auf mich jedoch sympathischer, wenn es kein Werbebeitrag ist. Auf das Produkt selber bezogen, wirkt sich das aber nicht aus.
Proband F	Bei bezahlten Beiträgen macht es mich einfach skeptischer. Wenn mir etwas gefällt und es bezahlt ist, schaue ich es mir trotzdem an.
Proband G	Nein, ist mir egal.
Proband H	Nein, mir ist das eigentlich egal.
Proband I	Nein, das macht für mich keinen Unterschied. Vielleicht ist es auch so, dass ich es eher kaufen würde, wenn eine Kooperation entstanden ist. Aus dem Grund, da alles verlinkt ist und man einfacher bestellen kann. Bei den anderen muss man meistens die Artikel selber suchen etc. Es hat viel mit Faulheit zu tun.
Proband J	Ja klar, wenn es nicht bezahlt ist kann es sein, dass er vom Produkt überzeugt ist und das macht es authentischer.